

# Izrada videoprezentacije za tvrtku "Vin-prom"

---

Katić, Luka

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:778367>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište  
Sjever**

**Završni rad br. 783/MM/2022**

**Izrada videoprezentacije za tvrtku „Vin-prom“**

**Luka Katić, 4106/336**

Varaždin, lipanj 2022. godine





# Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 783/MM/2022

## Izrada videoprezentacije za tvrtku „Vin-prom“

### Student

Luka Katić, 4106/336

### Mentor

mr. sc. Dragan Matković, dipl. ing.

viši predavač

Varaždin, lipanj 2022. godine

# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

<b>ODJEL</b>	Odjel za multimediju		
<b>STUDIJ</b>	prediplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena		
<b>PRISTUPNIK</b>	Luka Katić	<b>BRANIK</b>	4106/336
<b>DATUM</b>	5.7.2022.	<b>NOLASNI</b>	Digitaina videoprodukcija
<b>NASLOV RADA</b>	Izrada videoprezentacije za tvrtku "Vin-prom"		
<b>NASLOV RADA NA BAVL. JEZIKU</b>	Creating a video presentation for the company "Vin-prom"		
<b>MENTOR</b>	mr.sc. Dragan Matković dipl.ing.	<b>STARIJI</b>	Vidi predavač
<b>ČLANOVI POVJERENSTVA</b>	doc. dr. sc. Darijo Čerepinko - predsjednik		
	1.	mag. rel. publ. Nikola Jozić, pred. - član	
	2.	mr. sc. Dragan Matković, v.pred. - mentor	
	3.	doc. art. dr. sc. Mario Periša- zamjenski član	
	4.		
	5.		

## Zadatak završnog rada

**BR:** 783/MM/2022

**OPIS**  
Tema završnog rada je izrada videoprezentacije za tvrtku Vin-prom d.o.o.. U radu je opisan detaljan postupak izrade videoprezentacije, tj. opisani su koraci, od predprodukcije, produkcije i postprodukcije sve do finalnog završetka same videoprezentacije. Cilj ove videoprezentacije je predstaviti tvrtku Vin-prom d.o.o. te pokazati čime se ona bavi, a ujedno služi i za promoviranje same tvrtke i njihovih proizvoda. Predstaviti će se sam proces proizvodnje, te što je sve potrebno napraviti kako bi se dobio kvalitetan proizvod. Na kraju će se provesti anketa te kroz različita pitanja vezana za videoprezentaciju otkriti koliko je uspješno realizirana.

U radu je potrebno:

1. Objasniti i opisati značaj osvjetljenja, zvuka i boje kod snimanja
2. Definirati i opisati tehnike snimanja
3. Opisati proces predprodukcije (sinopsis, scenarij, knjiga snimanja)
4. Prikazati sinopsis i knjigu snimanja
5. Opisati proces produkcije
6. Opisati snimanje i korištenu opremu za snimanje videoprezentacije
7. Opisati proces postprodukcije
8. Opisati montažu videoprezentacije te program u kojem je rađena
9. Kroz zadnje poglavlje analize ankete opisati uspješnost i nedostataka videoprezentacije

**ZADATAK OBRADEN**

30.08.2022.





## **Sažetak**

Tema završnog rada je izrada videoprezentacije za tvrtku Vin-prom d.o.o.. U radu je opisan detaljan postupak izrade videoprezentacije, tj. opisani su koraci, od predprodukcije, produkcije i postprodukcije pa sve do finalnog završetka same videoprezentacije. Cilj ove videoprezentacije je predstaviti tvrtku Vin-prom d.o.o. koja se nalazi u Gračecu u općini Brckovljani te pokazati čime se ona bavi, a ujedno služi i za promoviranje same tvrtke i njihovih proizvoda. Predstavit će se sam proces proizvodnje, što je sve potrebno napraviti kako bi se dobio kvalitetan proizvod. Na kraju će se provesti anketa te kroz različita pitanja vezana za videoprezentaciju otkriti koliko je upravo videoprezentacija bila uspješna.

**Ključne riječi:** videoprezentacija, predprodukcija, produkcija, postprodukcija, Vin-prom, reklama, promocija

## **Abstract**

The topic of the final paper is the creation of a video presentation for the company Vin-prom d.o.o.. The paper describes the detailed process of creating a video presentation, i.e. the steps from pre-production, production and post-production to the final completion of the video presentation itself. The goal of this video presentation is to present the company Vin-prom d.o.o. which is located in Gračec in the municipality of Brckovljani and to show what it does, and at the same time it serves to promote the same company and their products. The production process itself will be presented, everything that needs to be done in order to obtain a quality product. At the end, a survey will be conducted and, through various questions related to the video presentation, it will be revealed how successful the video presentation was.

**Keywords:** video presentation, pre-production, production, post-production, Vin-prom, advertising, promotion



## Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Osvjetljenje .....	2
3.	Zvuk .....	3
4.	Kamera.....	4
5.	Boja.....	5
6.	Tehnike snimanja .....	6
6.1.	Kadar .....	6
6.2.	Kompozicija .....	6
6.3.	Kut snimanja ili rakurs .....	7
6.4.	Filmski plan.....	8
7.	Predprodukcija .....	9
7.1.	Sinopsis .....	9
7.2.	Scenarij.....	9
7.3.	Knjiga snimanja.....	10
7.4.	Predprodukcija za videoprezentaciju tvrtke VIN-PROM d.o.o. ....	11
7.4.1.	<i>Knjiga snimanja za tvrtku VIN-PROM d.o.o.</i> .....	12
8.	Produkcija .....	21
8.1.	Produksijski tim .....	21
8.2.	Oprema za snimanje za videoprezentaciju tvrtke VIN-PROM d.o.o. ....	21
8.2.1.	<i>SONY HDR-CX240E</i> .....	22
8.2.2.	<i>HAMA STAR 61</i> .....	24
8.2.3.	<i>CANON EOS 2000D</i> .....	25
8.2.4.	<i>Snimanje</i> .....	27
9.	Postprodukcija.....	28
9.1.	Montaža.....	28
9.2.	Postprodukcija videoprezentacije za tvrtku VIN-PROM d.o.o. ....	28
9.2.1.	<i>Adobe Premiere Pro</i> .....	29
9.2.2.	<i>Montaža videoprezentacije tvrtke VIN-PROM d.o.o.</i> .....	29
10.	Analiza rezultata .....	39
11.	Zaključak.....	45
12.	Literatura.....	47
13.	Popis slika.....	48

# 1. Uvod

Videoprezentacija ili promotivni videospot je film koji se koristi u svrhu promocije proizvoda, usluga, događanja i slično. Videoprezentacijom se želi pokazati, tj. predstaviti sama tvrtka, čime se ona bavi, odgovoriti na pitanja potencijalnih klijenata te se želi demonstrirati kvaliteta tvrtke. Kada se želi privući pozornost ciljane skupine, videosadržaj je najefikasniji način. Videospotovi su odavno postali standard u predstavljanju pojedine usluge ili proizvoda. Bez obzira čime se vaša tvrtka, obrt ili udruga bave, jeste li pojedinac ili marketinški stručnjak u korporaciji, videospot je definitivno nešto što će vam prije ili kasnije trebati. Ljudi sve više preferiraju videozapise kao izvor informacija preko interneta i to raste iz godine u godinu, stoga je video budućnost komunikacije na internetu.

Završni rad se sastoji od nekoliko dijelova. U početnom djelu rada opisan je teorijski dio, odnosno opisano je na što se treba paziti i obratiti pozornost i što je sve potrebno znati kada se kreće sa snimanjem i montažom videosadržaja. Drugi dio sastoji se od predprodukcije, produkcije i postprodukcije, općenito u svakoj fazi je opisana izrada videoprezentacije tvrtke Vin-Prom d.o.o. Za kraj je provedena anketa kako bi se utvrdila učinkovitost i uspješnost videoprezentacije.

Vin-Prom d.o.o je tvrtka koja se bavi proizvodnjom i servisom pumpi za vodu poljoprivrednih i teretnih vozila. Tvrtka je već dosta dugo na tržištu te ima dosta dobar broj klijenata, no za stvaranje novih klijenata te bolju prezentaciju tvrtke, snimljena je videoprezentacija kojom se promovira tvrtka Vin-prom i proces proizvodnje samih pumpi. Videoprezentacija je snimljena u Gračecu gdje tvrtka ima svoje sjedište. Prije samog snimanja porazgovaralo se s vlasnikom gdje se razgovaralo o zahtjevima i idejama za videoprezentaciju. Cilj videoprezentacije, tj. ovog rada je predstaviti tvrtku Vin-Prom d.o.o., pokazati čime se ona bavi te ujedno služi za promoviranje usluga koje sama tvrtka nudi.

## 2. Osvjetljenje

Jako je bitno voditi računa o osvjetljenju prilikom snimanja jer osvjetljenje, odnosno svjetlo može jako utjecati na predmet, objekt ili čak osobu koju snimamo. Ono itekako usmjerava gledateljsku pozornost.

Osvjetljenje može potpuno promijeniti scenu i način na koju je gledamo. Svjetlo ima osnovnu ulogu, a to je postići vidljivost objekta i subjekta pred objektivom kamere, izraziti volumen i dubinu te ima ulogu oblikovanja svjetla i sjene kako bi se stvorio ugođaj u slici.

Svjetlo se može podijeliti na prirodno i umjetno. Prirodno može biti dnevno i noćno dok je umjetno rezultat rasvjetnih tijela (šibica, reflektor itd.). Osim prirodnog i umjetnog svjetla postoji i građeno svjetlo. Građeno svjetlo je kada se uz pomoć reflektora stvaraju određeni svjetlosni sklopovi ili situacije.

Osim građenog svjetla postoji i nađeno (postojeće, ambijentalno), a to je svjetlo što se zatiče na mjestu snimanja, bilo prirodnoga ili umjetnoga karaktera. Zahvaljujući svjetlu, ali i sjeni koja nastaje upravo zbog svjetla, dobiva niz bitnih informacija, od onih o dobu dana, izgledu samih ljudi, predmeta, ambijenta itd.

Svjetlo naglašava strukturu te određuje objekte i osobe. Ovisno o sjenama koje su njemu potpuno ravnopravne te stvaraju različite ugođaje. Osim svega toga svjetlom se postiže i karakterizacija likova.

Glumice su u filmovima često bile osvjetljene difuznom rasvjetom dok su muškarci bili osvjetljivani tvrdim, kontrastnim i usmjerenim svjetlom. Kadar koji je sniman u srednjoj tonskoj ljestvici djeluje vrlo prirodno i realistično te upravo zbog toga mnogi filmovi koriste upravo srednju tonsku ljestvicu. Ne treba zaboraviti jednu jako važnu činjenicu, a to je da svjetlo savršeno funkcionira povezano s ostalim izražajnim sredstvima (boja, zvuk, stanje i kretanja kamere...). [15]

### 3. Zvuk

Zvuk je titranje molekula u plinovitim, tekućim i krutim elastičnim tvarima koje se opaža pomoću čula sluha. On nastaje zbog promjene gustoće elastične sredine. Zvuk se u zadnjih 100 godina uspio ovjekovječiti na filmskoj vrpici te se može reproducirati skupa s filmskom slikom. Zvuk stvara atmosferu, određeni ugođaj, mijenja raspoloženja i stvara napetost. Zvuk možemo podijeliti na govor, glazbu i šum, Svaki od tih zvukova na filmu ima posebni izražaj pa se tada zove zvučni efekt [16]. Govor, glazba i šum se posebno označuju u scenariju, odnosno knjizi snimanja.

Zvuk u filmu je slušna strana filma. Prema podrijetlu zvukova razlikuju se prizorni i neprizorni zvuk. Prizorni zvuk je zvuk koji ima utvrdiv izvor u predočenu prizoru dok neprizorni zvuk je zvuk koji se osjeća dodatnim. Najčešće je to popratna glazba. OFF-zvuk ili samo OFF (OFF-ton) je zvuk koji nema izvora u vidnom polju. Zvuk se načelno snima odvojeno od slika, a tako se i naknadno obrađuje te ga je lakše za obraditi [17].

U početku nije bilo zvuka (dijaloga i zvukova u pozadini). nego su to bili nijemi filmovi. Filmovi su većinom bili popraćeni glazbom uživo. No kako su godine odmicale i kako se sve više razvijao film tako je došlo to razvijanja zvuka i nastanka prvog zvučnog filma 1927. godine [16].

## 4. Kamera

Kamera je elektroničko-mehanički optički uređaj za snimanje filma. Radi na istom principu kao i fotografski aparat, ali s jednom razlikom. Kamera snima pojedinačne slike u slijedu u pravilnim vremenskim razmacima. Braća Lumiere su osmislili prvu filmsku kameru koja je bila pod nazivom kinematograf (fr. Cinématographe) te su upravo iz takve kamere pokazali prvi film u Parizu pod nazivom „Izlazak radnika iz tvornice Lumiere“. Od toga dana do dan danas konstrukcije kamera su se relativno malo mijenjale [18].

Suvremene kamere odnosno videokamere zasnovane su na pretvorbi optičke slike u elektronički signal. Analogni videosignal u CCD senzoru pretvara se u digitalni i dalje se obrađuje u digitalnom području. Videokamere možemo podijeliti na akromatsku videokameru i kromatsku videokameru. Razlika tih dviju kamera jest u tome što akromatska sadrži jedan senzor za pretvorbu svjetlosti u električni signal, dok kromatska kamera sadrži tri CCD senzora. Osnovne značajke koje određuju kvalitetu kamere su rezolucija (određena brojem slikovnih elemenata na CCD-senzoru), odnos signala i šuma (ukazuje koliko je amplituda videosignala veća od šuma), svjetlosna osjetljivost (označuje donji prag pri kojem se još može snimat), reprodukcija boja ( ovisi o balansu bijelog odnosno White balance-u koji se uspostavlja za određenu rasvjetu) i efekt povlačenja slike. Bitan dio svake videokamere, osim senzora je objektiv. Objektiv je sustav leća koji služi za stvaranje oštne slike na sloju senzora. Današnje kamere sadrže raznolike setove objektivna [26].

## 5. Boja

Osim pokreta i zvuka, boja je također sastavnica filma. U početku su filmovi bili crno-bijeli, te za razliku od filmova u boji donose manje vizualnih informacija (detalja). Zbog toga gledatelj biva uvučen u priču filma, dijalog, psihologiju likova itd., dok je boja stvarala problem između filma i gledatelja. S vremenom su se gledatelji navikli na svijet boje koju je film kasnije donio. Danas boje u filmu doživljavamo kao nešto svakodnevno.

Dva su osnovna načina primjene boje u filmu. Prvi je naturalizam koji tretira boju u filmu kao što je vidi naše oko. Drugi način je umjetnička interpretacija. Boje su izmijenjene te odgovaraju onako kako ih vidi umjetnik, a ne kako stvarno nešto izgleda.

Boja je jedan vrlo važan izražajni element filmskog jezika gdje će gledatelj definitivno uočiti da se njome želi nešto priopćiti. Boja je u filmu u službi umjetnika gdje će je umjetnik tretirati na svoj način, odnosno onako kako on želi te joj može dati značenja i funkcije prema svom izboru. Boja nikako nije izražajno sredstvo zatvoreno u svoj svijet i izričaj. Ona mora biti u suglasju s ostalim filmskim čimbenicima. Boja je također i nositelj ugođaja.

Boje jako djeluju na čovjeka, pa tako i na njegov fiziološki sustav. Neke boje smiruju poput hladnih dok druge boje uznemiruju. Zato je važno obratiti računa kada se radi s bojom u videu. Boja je u filmu veliko, neistraženo područje. Moć boje je vrlo velika i ovo novo doba multimedije će sigurno otvoriti neke nove spoznaje o boji. [15]

## **6. Tehnike snimanja**

### **6.1. Kadar**

Kadar je osnovna jedinica filma, odnosno kadar je jedna neprekinuta filmska snimka. Prema duljini kadrove razlikujemo na duge i kratke. Kratki kadar nudi najmanje informacija o sebi dok dugi pruža sve informacije i njihovu interpretaciju. Prema dubini kadar se dijeli na dubinske i plošne. Ti kadrovi se razlikuju prema planovima koji su u njima vidljivi. Prema pokretima kamere kadrovi mogu biti statični i dinamični. Statični kadrovi su kadrovi u kojima se kamera ne kreće dok se u dinamičnima vidi pokret kamere. Prema prisutnosti promatrača kadrovi mogu biti subjektivni, objektivni i autorski. Subjektivni kadrovi su kadrovi u kojima prethodi kadar neke osobe koja koncentrirano gleda u nekom smjeru. Objektivni kadrovi su kadrovi snimljeni na način kako bi gledatelj dobio dojam da je on prisutan na mjestu događaja. Autorski kadrovi su kadrovi gdje autor daje svoje mišljenje o prizoru. Najmanji kadar se može sastojati samo od jedne sličice no to je vrlo rijetko. Kadrovi inače nisu kraći od sekunde, a mogu trajati onoliko koliko im to dopusti tehnologija snimanja i konvencije reprodukcije. Kadar se opisuje tako da mu se navede redni broj (ukoliko se nalazi u montažnom nizu), da mu se odrede parametri (plan, kut snimanja, stanje kamere, objektiv i dr.), daje opis važnih elemenata prizora, naznači dijalog, zvuk i trajanje kadra. Kadar se često drži kao filmskom najspeцифичnijom jedinicom, on je jedinica bez koje nema filma zato se treba jako brinuti o kadru kada se kreće planirati i raditi film. [9, 10]

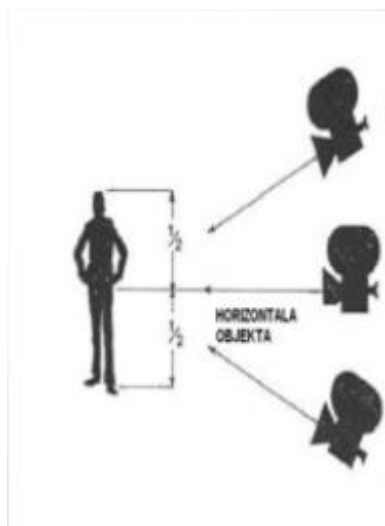
### **6.2. Kompozicija**

Kompozicija kadra je način na koji je vidljivi sadržaj raspoređen unutar okvira kadra. Promjenom pozicije s koje se nešto snima mijenja se i raspored vizualnih sastojaka slike, odnosno mijenja se kompozicija. Svaka okvirom zatvorena slika ima svoju kompoziciju. Kompozicija je temeljna odlika slikarstva. Proučavanje tradicionalnih slikarskih teza o kompoziciji može uvelike pomoći fotografima i snimateljima. Postoje razna načela kojima se trebao rukovoditi dobar snimatelj prilikom snimanja: preglednost, biranje optimalne udaljenost motiva kao i plan, izdvajanje od pozadine, kontrast prema pozadini, odnosno okolini, pažnja da pozadina ne postane vizualno zanimljivija od glavnog motiva, izbor optimalnog osvjetljenja, jasno pozicioniranje motiva u prostornom kontekstu i tako dalje. Sve što vrijedi za kompoziciju fotografske slike, vrijedi i za kompoziciju filmskog kadra, no pojavljuju se neki novi čimbenici koji dodatno određuju kompoziciju filmskog kadra. To su ograničena duljina trajanja kadra, kretanje u kadru, kretanje kamere... Za razliku od kompozicija raznih likovnih djela, pa i fotografija, kompozicije

u filmskim kadrovima nisu proizvoljne, nego ovise o njihovu mjestu i ulozi. Baratanje kompozicijom jako dobro definira vizualni stil, kako nekoga filma, tako i pojedinog snimatelja. Dobra kompozicija uspješno definira informativni, retorički i likovni aspekt. [11]

### 6.3. Kut snimanja ili rakurs

Postoje razni kutovi snimanja kamerom. Mogu se podijeliti na donji rakurs (žablja perspektiva) i gornji rakurs (ptičja perspektiva). U donjem rakursu je kamera postavljena ispod objekata ili osobe koja se snima. On stvara doživljaj superiornosti osobe koju se snima i često se koristi za prikaz nekog nasilnika te kako bi se eliminirala pozadina i stvorila određena doza teatralnosti. Gornji rakurs je kut snimanja gdje je kamera iznad objekta ili osobe koja se snima. On čini objekt snimanja nemoćnim, slabim ili prepuštenim sudbini. Prikazuje inače i okoliš u kojem se objekt snimanja nalazi, te se zbog toga često koristi u dokumentarne svrhe. Kamera može biti i u visini objekta koji se snima ili u visini očiju osobe koja se snima. Osim kutova snimanja odnosno rakursa, postoji nešto što se zove kosi kadar. Riječ je o nagibu kamere, tj. o njenom odmicanju od vertikale. U kosom kadru cijela slika je nagnuta, a cijeli svijet izgleda kao da gubi ravnotežu. On se često koristi kao režiserov komentar ili da bi se pokazalo nečije stanje nelagode. Osim vertikalnih kutova snimanja, postoje i horizontalni kutovi snimanja. Horizontalnim kutom snimanja, prizor se može snimiti iz više točaka u zamišljenom horizontalnom krugu oko osobe ili objekta koji se snima [12].



6.1. Prikaz kuteva snimanja



## 6.4. Filmski plan

Plan je udaljenost kamere od objekta snimanja. Planovi ovise o tome koliko smo blizu ili daleko nekoj osobi, događaju ili stvari koju snimamo. Planovi se dijele na total ili opći plan, polutotal, srednji plan ili još zvan američki plan, bliski plan, krupni plan i detalj.

**Total (T)** – prikazuje se cijeli prostor, npr. neke ulice, grada, okoline.

**Polutotal (PT)** – bliži pogled na neku cjelinu veću od čovjeka, ali takav da se vidi njezin veći dio, a ne i cjelina

**Srednji plan (S)** – prikazuje osobu od glave do pete. Kao poseban slučaj srednjeg plana često se koristi nešto bliža varijanta nazvana američkim planom (A), snimljen od koljena i često se koristio u američkim vestern filmovima.

**Blizi plan (B)** – osoba je snimljena od pojasa to tjemena.

**Krupni plan (K)** – plan koji prikazuje ljudsku glavu. Najčešće se koristi kako bi se prikazale emocije ili neka važnost

**Detalj (DET)** – prikazuje detalje kao što su oko, prst, prsten i snima se iz velike blizine. Najčešće se koristi kao prijelaz na sljedeći kadar. [13,14]



6.2. Prikaz filmskih planova

## 7. Predprodukcija

Predprodukcija je sve što se događa prije nego što se započne snimati igrani film, TV serija, animacija ili bilo što drugo [2]. Pomaže kod organizacije prije nego što se započne proizvodni proces. U ovoj fazi se stvaraju ideje, piše se sinopsis, scenarij, storyboard (vizualni scenarij) odnosno knjiga snimanja kod većih projekata, unajmljuje filmska ekipa, odlučuje se o tehnici, koja oprema će se koristiti, biraju se lokacije snimanja. Predprodukcija je dio procesa u tri koraka nakon kojeg slijedi produkcija (stvarno snimanje ili izvedba) i postprodukcija, koja se uglavnom sastoji od montaže, vizualnih efekata [2]. Predprodukcija je faza u kojoj se smišljaju svi detalji snimanja.

### 7.1. Sinopsis

Sinopsis je sažeto prepričavanje filma na jednoj ili nekoliko stranica (sažeto predstavljanje priče filma) [27]. Time se donekle daje na znanje opći tijek zbivanja u budućem filmu. Sinopsisom je nužno obuhvatiti sve bitne točke uvoda, zapleta i raspleta filmske priče, ne ulazeći u detalje. Dijalog likova ne navodi se u sinopsisu. [3]

#### Sinopsis

Videoprezentacija započinje nazivom tvrtke i kratkim opisom posla. Nakon naziva tvrtke prikazuju se fotografije lokacije tvrtke na karti. Slijedi prikaz znaka tvrtke te eksterijera točnije dvorišta tvrtke. Nakon eksterijera ulazi se u proizvodni pogon i prikazuje se proces proizvodnje i montaže pumpe. Prikazuje se rad novih strojeva i rad na strojevima. Uz sve to prikazani su pojedini kadrovi praznog proizvodnog pogona. Nakon svega to slijedi prikaz uredskog prostora te skladišta tvrtke. Za kraj se prikazuje pakiranje gotove pumpe, na a kraju videoprezentacije je prikazana vizitka tvrtke.

#### 7.1. Primjer sinopsisa

### 7.2. Scenarij

Scenarij je književni predložak u kojemu se razrađuje prizorne scene budućeg filma. Dijalozi u scenariju su obično izdvojeno pisani, a teži se i posebno označavati pojedine scene. Na temelju scenarija redatelj izrađuje knjigu snimanja. Za animirani film, scenarij je četo dan u obliku stripa (engl. storyboard) [28]. Osnovni elementi scenarija su naslov scene (engl. scene heading), akcija (engl. action), ime lika (engl. character name), zagrade (engl. parenthetical) i dijalog (engl. dialouge). Naslov scene je napisan velikim slovima, označen radi li se o unutarnjoj ili vanjskoj sceni pisanjem "INT" ili "EXT". Na kraju se piše doba dana. Radnja je opisni tekst scenarija. Piše se u sadašnjem vremenu i aktivnim glasom tj. glagolom. Odlomci su kratki kako bi zadržali

pozornost čitatelja. Lik koji govori se upisuje velikim slovima. Ako lik govori izvan zaslona, tada je pored imena lika napisano "(O.S.)". Ako lik pripovijeda, "(V.O.)" za glasovni prijenos je napisano pored imena. Dijalog je uvučen 2,5 od lijeve margine i između 2 - 2,5 od desne. Dijalog ide izravno ispod imena lika [5].

#### 1. EKST. ULICA - DAN

Protagonist (student) sjedi na klupi čita. Čuju se zvukovi ulice: bicikli, ljudski glasovi, koračanje... Na mobitel mu dolazi poruka. Vadi mobitel iz džepa i vidi poruku u grupi - prijatelj zove društvo na piće. Protagonist preko poruke prihvaća poziv. Sprema knjigu u torbu i stavlja slušalice na glavu. U tom trenutku zvukovi okoline se prigušuju i počinje glazba. Protagonist kreće prema dogovorenoj lokaciji. U kadru se pojavljuje tekst koji opisuje značajke slušalice: „Odlična izolacija od okoline“

Pratimo korake protagonista kako prate ritam glazbe. Poskakuje i penje se na rub nogostupa i kao da balansira na špagi hoda korak po korak. U kadru se pojavljuje tekst: „Balansiran zvuk“

Prolazi pokraj osobe koja pokušava otpetljati svoje in-ear slušalice. Ta osoba se okreće za protagonistom i začuđeno ga gleda - shvaća kako je život lakši bez žica. Tekst: „Bežično slušanje do 30h“ Kadar se pomiče i dolazi do tranzicije.

#### 2. INT. SOBA - NOĆ

Glazba se stiša. Kadar se miče i vidimo osobu kako sjedi opušteno, sa nogama na stolu kako jede kokice i gleda film. Tekst: „Glazba. Film. Sve što ti treba.“ Slika se zamućuje i pojavljuje se prikaz slušalice i slogan.

### 7.2. Primjer scenarija

### 7.3. Knjiga snimanja

Knjiga snimanja je konačna faza razrade scenarija odnosno to je pisani ili crtani plan za izradu filma. Scene iz scenarija razrađuju se na kadrove, a za svaki se kadar određuju ključni vizualni parametri kao što su mogući pokreti kamare, rakursi, specijalni efekti i obavezno planovi. Također se određuju tipovi montažnih prijelaza među kadrovima i scenama. [6]

4. kadar		EXT – ulaz u tvrtku, PT Vrijeme trajanja kadra: 6 s OFF-TON
5. kadar		EXT – prikaz ulaza tvrtke, S Vrijeme trajanja kadra: 5s OFF-TON
6. kadar		INT – prikaz radionice, B Vrijeme trajanja kadra: 9s OFF-TON Dinamična kamera
7. kadar		INT – prikaz rada stroja, B Vrijeme trajanja kadra: 17s OFF-TON
8. kadar		INT – prikaz rada stroja, K Vrijeme trajanja kadra: 17s OFF-TON

### 7.3 Primjer knjige snimanja

## 7.4. Predprodukcija za videoprezentaciju tvrtke VIN-PROM d.o.o.

Nakon razgovora s vlasnikom tvrtke dogovoren je plan snimanja. Na sastanku je dogovoreno da će se snimanje obaviti u prostorijama tvrtke, odnosno u proizvodnom pogonu. Fokus je stavljen na sam proces proizvodnje te na montažu gotovog proizvoda. Vlasnik poduzeća je htio da se naglasak stavi na nove CNC strojeve s kojima je unaprijedio proizvodnju. Također je dogovoreno da se neće snimati razgovor s vlasnikom tvrtke ili nekom drugom osobom, nego da se u videoprezentaciji tvrtka predstavi kroz govor prezentera. Videoprezentacija će biti postavljena na službenoj web stranici poduzeća.

### Sinopsis

Videoprezentacija započinje nazivom tvrtke i kratkim opisom posla. Nakon naziva tvrtke prikazuju se fotografije lokacije tvrtke na karti. Slijedi prikaz znaka tvrtke te eksterijera točnije dvorišta tvrtke. Nakon eksterijera ulazi se u proizvodni pogon i prikazuje se proces proizvodnje i montaže pumpe. Prikazuje se rad novih strojeva i rad na strojevima. Uz sve to prikazani su pojedini kadrovi praznog proizvodnog pogona. Nakon svega to slijedi prikaz uredskog prostora te skladišta tvrtke. Za kraj se prikazuje pakiranje gotove pumpe, na a kraju videoprezentacije je prikazana vizitka tvrtke.

## **Tekst naratora (komentatora):**

Sjedište tvrtke VIN-PROM d.o.o. nalazi se na adresi A. Cesarca 30, Gračec Zagrebačka županija. Osnovna djelatnost poduzeća je proizvodnja i servis pumpi za vodu poljoprivrednih i industrijskih vozila i agregata. Radionica ima potpuno zatvoren ciklus proizvodnje pumpi za vodu: - tokarenje, bušenje, glodanje, valjanje navoja, termičku obradu i brušenje. Tako organizirana proizvodnja jamči kvalitetu i minimalno vrijeme izrade naših proizvoda. Funkcija pumpi na samom pogonskom agregatu (motoru) je vrlo važna. Održavanje optimalne radne temperature je bitno za trajnost i kvalitetu rada motora, zbog toga smo posvetili posebnu pažnju na kvalitetu pojedinih vitalnih dijelova same pumpe. Kućišta pumpi izrađena su od kvalitetnog sivog liva. Uz posebnu pažnju, kroz strojnu obradu u našoj radionici, osiguravamo kvalitetu gotovog kućišta kao osnovne pretpostavke za kvalitetnu pumpu. Osovine pumpe za vodu izrađene su od kvalitetnih čelika, poboljšane na 45 HRC(tvrdoća po Rockwellu – određuje tvrdoću materijala), brušene. Navoji su izrađeni postupkom hladnog valjanja, što navoj čini maksimalno kvalitetnim. Rotor pumpe za vodu, uz vrhunski odljevak, te strojnu obradu u jednom stezanju svih važnih površina čine pumpu visoko kvalitetnom. Setovi rezervnih dijelova sadržavaju sve potrebne dijelove za obnovu Vaše pumpe. Kvaliteta svih dijelova je jednaka kvaliteti dijelova koje ugrađujemo u naše nove proizvode. Rotor i osovina kao minimalni setovi složeni su za one kupce koji žele još bolju kvalitetu svojih pumpi. Kupnjom ovog seta, te kupnjom ležajeva i mehaničkog brtvila po svom izboru, određujete kvalitetu svoje pumpe sami. Po Vašoj želji i potrebi izrađujemo i ostale dijelove pumpi. Sve prikazane dijelove možete uvijek pronaći kod nas na skladištu ili kod Vašeg najbližeg trgovca. Kroz više godišnje iskustvo u ovoj djelatnosti postigli smo veliko povjerenje partnera i korisnika naših proizvoda i usluga. U prilog tome ide i činjenica da smo jedno od rijetkih poduzeća koje izdaje jamstvo na svoje proizvode u trajanju od 24 mjeseca. Servisiramo pumpe za vodu u gospodarskom programu uz jamstvo kvalitete i minimalno trajanje popravka. Naše proizvode možete naći u svim boljim trgovinama rezervnih dijelova poljomehanizacije, širom Hrvatske.

### **7.4.1. Knjiga snimanja za tvrtku VIN-PROM d.o.o**

Za snimanje videoprezentacije unaprijed se znala oprema, tehnika i planovi. Videoprezentacija je uglavnom snimljena u prostoriji tako da su većina kadrova INT (interijera), no postoje par kadrova EXT (eksterijera). S OFF-TONOM je označeno dodavanje zvuka koje koji nije direktno iz kadra. To je uglavnom glazba te glas komentatora.

### Oznake kadra u knjizi snimanja:

K - krupni plan – lice ili glava osobe ispunjavaju kadar

B - bliži plan – prikaz osobe snimljene do pojasa

S - srednji plan – osoba snimljena od glave do pete

PT – polu total – bliži pogleda na neku cjelinu veću od čovjeka

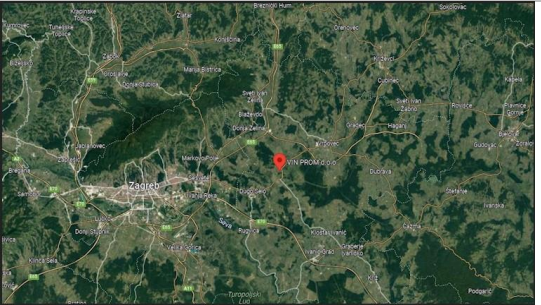

T - total ili opći plan – prikaz cijelog ambijenta




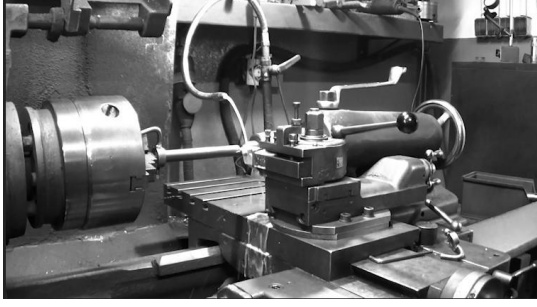
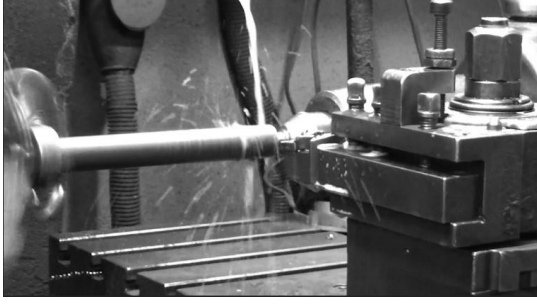
DET - detalj – predmet snimljen iz velike blizine

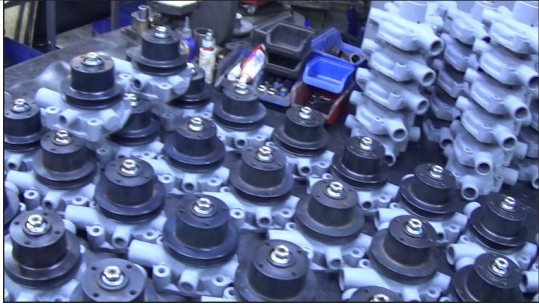


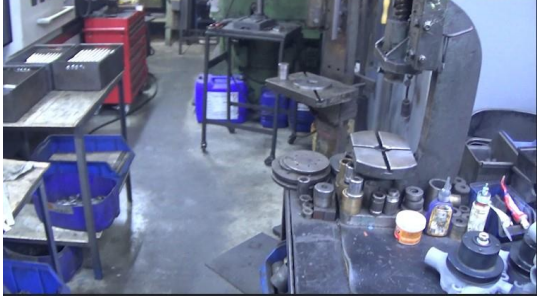


OFF-TON - je oznaka za zvuk koji nema izvor u kadru

INT – interijer – snimanje u zatvorenoj prostoriji


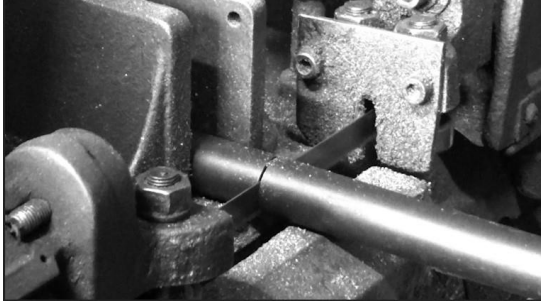



EXT – eksterijer – snimanje na otvorenom

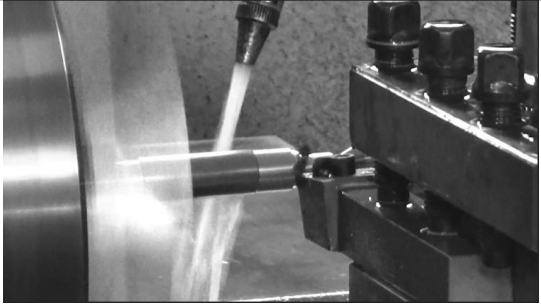
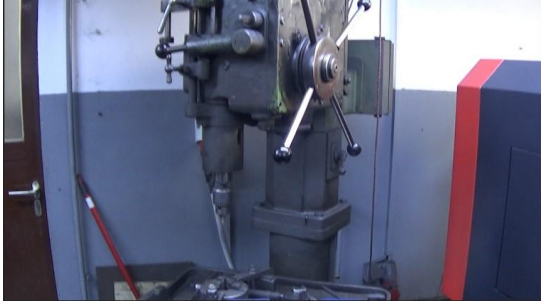

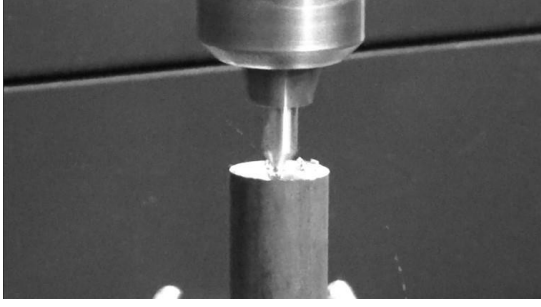

1. kadar		Vrijeme trajanje kadra: 15s Grafički element: „VIN-PROM proizvodnja i servis pumpi za vodu poljoprivrednih i teretnih vozila“ OFF-TON
2. kadar		Vrijeme trajanja kadra: 15s Fotografija lokacije tvrtke na karti OFF-TON
3. kadar		EXT – plakat, S Vrijeme trajanja kadra: 10s OFF-TON

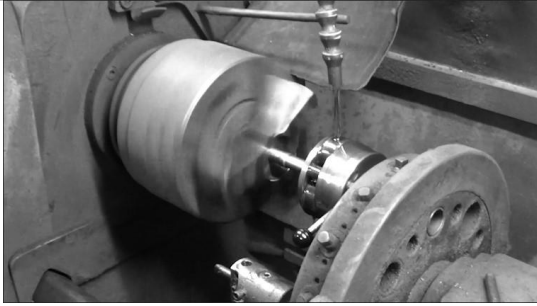
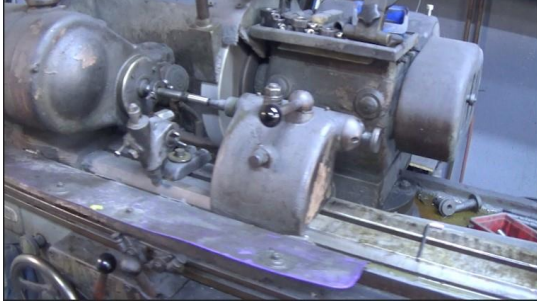
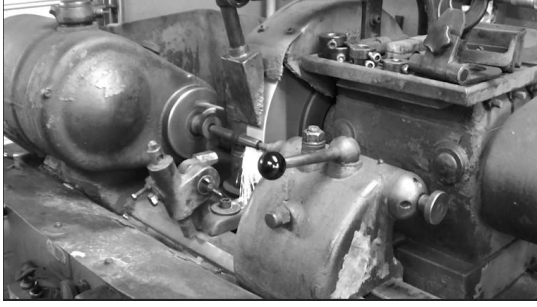


4. kadar		EXT – ulaz u tvrtku, PT Vrijeme trajanja kadra: 6 s OFF-TON
5. kadar		EXT – prikaz ulaza tvrtke, S Vrijeme trajanja kadra: 5s OFF-TON
6. kadar		INT – prikaz radionice, B Vrijeme trajanja kadra: 9s OFF-TON Dinamična kamera
7. kadar		INT – prikaz rada stroja, B Vrijeme trajanja kadra: 17s OFF-TON
8. kadar		INT – prikaz rada stroja, K Vrijeme trajanja kadra: 17s OFF-TON






9. kadar		<p>INT – prikaz pumpi, B  Vrijeme trajanja kadra: 6s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
10. kadar		<p>INT – rad na pumpi, B  Vrijeme trajanja kadra: 10s  OFF-TON</p>
11. kadar		<p>INT – rad na vijku, B  Vrijeme trajanja kadra: 11s  OFF-TON</p>
12. kadar		<p>INT – prikaz radionice, S  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
13. kadar		<p>INT- montaža pumpe, B  Vrijeme trajanja kadra: 22s  OFF-TON</p>
14. kadar		<p>INT- montaža pumpe, S  Vrijeme trajanja kadra: 22S  OFF-TON</p>



15. kadar		<p>INT – prikaz radionice, B  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
16. kadar		<p>INT- prikaz rada stroja, B  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON</p>
17. kadar		<p>INT – prikaz rada, B  Vrijeme trajanja kadra: 16s  OFF-TON</p>
18. kadar		<p>INT- prikaz radionice, B  Vrijeme trajanja kadra. 10s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
19. kadar		<p>INT- prikaz rada na stroju, S  Vrijeme trajanja kadra: 5s  OFF-TON</p>

20. kadar		<p>INT- prikaz rada stroja, B  Vrijeme trajanja kadra: 10s  OFF-TON</p>
21. kadar		<p>INT- prikaz radionice, B  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
22.kadar		<p>INT – rad na stroju, B  Vrijeme trajanja kadra: 12s  OFF-TON</p>
23. kadar		<p>INT – rad stroja, DET  Vrijeme trajanja kadra: 20s  OFF-TON</p>
24. kadar		<p>INT – prikaz radionice, B  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>

25. kadar		<p>INT – rad stroja, B  Vrijeme trajanja kadra: 22s  OFF-TON</p>
26. kadar		<p>INT- prikaz radionice, B  Vrijeme trajanja kadra: 8s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
27. kadar		<p>INT – rad stroja, B  Vrijeme trajanja kadra: 10s  OFF-TON</p>
28. kadar		<p>INT- prikaz radionice, S  Vrijeme trajanja kadra: 12s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
29. kadar		<p>INT – prikaz ureda, S  Vrijeme trajanja kadra: 13s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>

30. kadar		<p>INT – prikaz opreme, B  Vrijeme trajanja kadra: 10s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
31. kadar		<p>INT – prikaz pakiranih kutija, B  Vrijeme trajanja kadra: 10s  OFF-TON  Dinamična kamera</p>
32. kadar		<p>INT- pakiranje proizvoda, B  Vrijeme trajanja kadra: 23s  OFF-TON</p>
33. kadar		<p>INT- prikaz zapakiranog proizvoda, K  Vrijeme trajanja kadra: 5s  OFF-TON</p>
34. kadar	 <p><b>VIN-PROM</b> d.o.o.  <i>Vinko Čolić, dipl. ing.</i></p> <p>A. Cesarca 30, Grabec  10 370 Dugo Selo  Tel. 01 2757 909  Fax. 01 2757 153  Mob. 091 515 0592  vinprom2@gmail.com  www.vin-prom.hr</p> <p><small>proizvodnja i servis pumpi za vodu  poljoprivrednih i teretnih vozila</small></p>	<p>Vrijeme trajanja kadra: 7s  Grafički element – „Vizitka  tvrtke VIN-PROM d.o.o.</p>

2. kadar – OFF-ton – „Sjedište tvrtke VIN-PROM d.o.o. nalazi se na adresi A. Cesarca 30, Gračec Zagrebačka županija.“

4. i 5. kadar – OFF-ton – „, Osnovna djelatnost poduzeća je proizvodnja i servis pumpi za vodu poljoprivrednih i industrijskih vozila i agregata.“

6., 7. i 8. kadar – OFF-ton – „, Radionica ima potpuno zatvoren ciklus proizvodnje pumpi za vodu: - tokarenje, bušenje, glodanje, valjanje navoja, termičku obradu i brušenje. Tako organizirana proizvodnja jamči kvalitetu i minimalno vrijeme izrade naših proizvoda.“

8., 9., 10. i 11. kadar – OFF-ton – „,Funkcija pumpi na samom pogonskom agregatu (motoru) je vrlo važna. Održavanje optimalne radne temperature je bitno za trajnost i kvalitetu rada motora, zbog toga smo posvetili posebnu pažnju na kvalitetu pojedinih vitalnih dijelova same pumpe.“

11., 12. i 13. kadar – OFF-ton – „, Kućišta pumpi izrađena su od kvalitetnog sivog liva. Uz posebnu pažnju, kroz strojnu obradu u našoj radionici, osiguravamo kvalitetu gotovog kućišta kao osnovne pretpostavke za kvalitetnu pumpu.“

14. kadar – OFF-ton - "Osovine pumpe za vodu izrađene su od kvalitetnih čelika, poboljšane na 45 HRc, brušene. Navoji su izrađeni postupkom hladnog valjanja, što navoj čini max. kvalitetnim.“

14., 15. i 16. kadar – OFF-ton – „Rotor pumpe za vodu, uz vrhunski odljevak, te strojnu obradu u jednom stezanju svih važnih površina čine pumpu visoko kvalitetnom.“

17. i 18. kadar – OFF-ton – „Setovi rezervnih dijelova sadržavaju sve potrebne dijelove za obnovu Vaše pumpe. Kvaliteta svih dijelova je jednaka kvaliteti dijelova koje ugrađujemo u naše nove proizvode.“

19., 20. i 21. kadar – OFF-ton – „Rotor i osovina kao minimalni setovi složeni su za one kupce koji žele još bolju kvalitetu svojih pumpi. Kupnjom ovog seta, te kupnjom ležajeva i mehaničkog brtvila po svom izboru, određujete kvalitetu svoje pumpe sami.“

22. i 23. kadar – OFF-ton – „, Po Vašoj želji i potrebi izrađujemo i ostale dijelove pumpi. Sve prikazane dijelove možete uvijek pronaći kod nas na skladištu ili kod Vašeg najbližeg trgovca.“

23. i 24. kadar – OFF-ton – „, Kroz više godišnje iskustvo u ovoj djelatnosti postigli smo veliko povjerenje partnera i korisnika naših proizvoda i usluga.“

25. kadar – OFF-ton – „U prilog tome ide i činjenica da smo jedno od rijetkih poduzeća koje izdaje jamstvo na svoje proizvode u trajanju od 24 mjeseca.“

26. i 27. kadar – OFF-ton – „, Servisiramo pumpe za vodu u gospodarskom programu uz jamstvo kvalitete i minimalno trajanje popravka.“

29. i 30. kadar – OFF-ton – „, Naše proizvode možete naći u svim boljim trgovinama rezervnih dijelova poljomehanizacije, širom Hrvatske.“

## 8. Produkcija

Nakon predprodukcije dolazi druga faza stvaranja projekta, a to je produkcija. U ovoj fazi nastaje proizvod. Prateći scenarij, odnosno knjigu snimanja kreće se u snimanje kadrova. Tijekom snimanja pazi se na rasvjetu, zvuk, željene planove te tehniku snimanja. Koriste se materijali, oprema koji su odlučeni u predprodukciji. Prije snimanja bitno je da se napravi dobar raspored snimanja kako bi se bez problema snimili kadrovi jer kad projekt ode u postprodukciju teško će se moći neka scena ili kadar snimiti ponovno ako se pronađe neka greška.

Scenarist, redatelj, producent i mnogi drugi kreativni umovi konačno vide svoje ideje snimljene na filmu, dan po dan. Produkcija je obično najkraća od faza, iako je najvažnija za film i za koju je dodijeljen najveći dio budžeta. Produkcija je najprometnije vrijeme, s tim da se mjesta filmske ekipe povećavaju, a dani postaju sve duži kako bi se bilo što učinkovitije sa svom opremom i svim lokacijama koje su unajmljene [7].

### 8.1. Produkcijski tim

U produkcijski tim pripadaju sve osobe koje su zadužene sa snimanje sadržaja tijekom produkcije. Svaki pojedinac u produkcijском timu ima svoj zadatak s ciljem da finalni proizvod, odnosno uradak bude što bolji i kvalitetniji. Neke od osoba u produkcijском timu su producent, izvršni producent, voditelj proizvodnje, redatelj, asistent režije, nadzornik skripte, kameraman, snimatelj zvuka, majstor rasvjete, asistent snimatelja scenograf i drugi. Producent je glavni koordinator procesa proizvodnje filma, uključen je u sve elemente produkcije. Izvršni producent je glavni investitor u film. Voditelj proizvodnje pomaže u pripremi budžeta te nadgleda pripremu produkcijskog tima. Redatelj upravlja svim aspektima nastajanja filma i odgovoran je za rad s glumcima u filmu i stil prepričavanja. Asistent režije je zadužen za funkcioniranje filmskog seta. Nadzornik skripte prati i evidentira snimljene dijelove scenarija. Kameraman upravlja kamerom i pazi na kompoziciju kadra. Snimatelj zvuka upravlja mikrofonom na setu. Majstor rasvjete je zadužen za scensku rasvjetu te asistent snimatelja je osoba koja je zadužena za fokus slike i bilježi tehničke informacije kao što su broj scene i snimke te postavke kamere [19].

### 8.2. Oprema za snimanje za videoprezentaciju tvrtke VIN-PROM d.o.o.

Za snimanje videoprezentacije koristila se SONY HDR-CX240E kompaktna digitalna kamera, stativ Hama Star 61 te fotoaparatus CANON EOS 2000D.

### 8.2.1. SONY HDR-CX240E

Sony Corporation je kompanija koja se bavi proizvodom elektroničkih proizvoda sa sjedištem u Tokiju. Prvi najznačajniji proizvod je bio magnetofon koji je Sony proizveo 1950. godine, nakon čeka Sony upravo postaje popularna kompanija elektronike. Prva Sonyjeva digitalna kamera se pojavila 1988. godine, a nakon nje Sony nije napravio ni jednu novu kameru sve do 1996. godine [21].

<b>Sony HDR-CX240E specifikacije</b>	
<b>Senzor:</b>	EXMOR R® CMOS senzor vrste 1/5,8 (3,1 mm) s pozadinskim osvjetljenjem na zaslonu
<b>Procesor:</b>	Procesor slike BIONZ X
<b>Objektiv:</b>	ZEISS Vario-Tessar, Otvor Belnde: F1,9 – F4,0, Žarišna udaljenost: f = 2,1 – 57,0 mm
<b>Zumiranje:</b>	Optičko: 27x, Digitalno: 320x3, Clear Image Zoom: 54x2
<b>LCD:</b>	Clear Photo LCD dijagonale 6,7 cm (2,7) (230.000) širokog formata (16:9)
<b>Stabilizacija slike:</b>	Stabilizacija slike Electrical SteadyShot s aktivnim načinom rada (široki kut i telefoto)
<b>Ekspozicija:</b>	Automatski, ručno (izbornik)
<b>Brzina zatvarača:</b>	Raspon automatske kontrole: 1/6 - 1/10000, Standardno: 1/8 – 1/10 000
<b>Automatski balans bijele:</b>	Automatski / jedan dodir
<b>Mediji za pohranu:</b>	Memory Stick Micro (Mark 2) / Micro SD / SDHC / SDXC memorijska kartica (klasa 4 ili viša)
<b>Snimanje:</b>	Format za snimanje (videozapis): Kompatibilan s AVCHD formatom ver.2.0: MPEG4-AVC/H.264, MP4: MPEG-4 AVC/H.264 Rezolucija videozapisa: HD: 1920x1080/50p (PS), 50i (FX, FH), 1440x1080/50i (HQ, LP), mp4: 1280x720 25p Brzina snimanja videozapsia (ABR/VBR): HD PS: pribl. 28 MB/s / FX: pribl. 24 Mb/s / FH: pribl. 17 MB/s / HQ: pribl. 9 MB/s / LP: pribl. 5 MB/s, mp4: pribl.

	3 Mb/s
<b>Zvuk:</b>	Ugrađeni mikrofoni s funkcijom zumiranja, Formati snimanja zvuka: Dolby Digital 2-kanalni stereo, Dolby Digital Stereo Creator9, MPEG-4 AAC-LC 2-kanalni
<b>Priključak:</b>	HDMI priključak
<b>Napajanje:</b>	Vrsta baterije: NP-BX1 Potrošnja energije(LCD): HD: 1,8 W14 Zahtjevi za napajanje: 3,6 V (komplet baterija), 5,0 V (adapter za izmjeničnu struju)
<b>Veličina i masa:</b>	Dimenzije (Š X VX D) (uključujući priloženu bateriju): Pribl. 54,0 mm (Š) × 59,5 mm (V) × 128,0 mm (D)1617, pribl. 2 1/4 inča (Š) × 2 3/8 inča (V) × 5 1/8 inča (D)1617 aAsa (SAMO GLAVNA KOMPONENTA): Pribl. 190 g; pribl. 6,7 unca, Uključujući bateriju: Pribl. 215 g (NP-BX1)18, pribl. 7,6 unci (NPBX1)1



8.1. Sony HDR-CX240E



### 8.2.2. HAMA STAR 61

Hama je njemačka tvrtka osnovana u Dresdenu 1923. godine i specijalizirana je za proizvodnju opreme za fotografiju, video i audiotehnologije itd. Hama je bila uništena u drugom svjetskom ratu, ali je kasnije obnovljena. Danas Hama proizvodi razne elektroničke stvari od stativa, slušalica, memorijski kartica, kablova itd [22].

<b>Hama star 61 specifikacije</b>	
<b>Vrsta stativa:</b>	Tripod/tronožac
<b>Najveća visina stativa:</b>	153 cm
<b>Najmanja visina stativa:</b>	60 cm
<b>Broj dijelova nogica:</b>	3
<b>Maksimalna nosivost:</b>	3 kg
<b>Boja:</b>	Boja šampanjca
<b>Težina:</b>	1.22kg
<b>Materijal:</b>	Aluminij



8.2. Hama star 61

### 8.2.3. CANON EOS 2000D

Canon je tehnološka tvrtka osnovana 1937. godine u Japanu. Korporacijska filozofija je „Kyosei“ japanska riječ što znači zajednički život i rad za opće dobro. Canon je vodeća tvrtka u tehnologiji koja se bavi proizvodnjom fotoaparata, filmskih videokamera, tinta, tonera, objektivna i drugih stvari već dugih 80 godina [23].

<b>CANON EOS 2000D specifikacije</b>	
<b>Senzor slike:</b>	Pribl. Senzor CMOS veličine 22,3 mm x 14,9 mm
<b>Procesor slike:</b>	DIGIC 4+
<b>Objektiv:</b>	Navoj za objektiv: EF/EF-S Žarišna duljina: Ekvivalentno 1,6x žarišnoj duljini objektivna Stabilizacija slike: Optički stabilizator slike na kompatibilnim objektivima
<b>Izoštavanje:</b>	Automatsko i ručno
<b>ISO osjetljivost:</b>	AUTO (100 – 6400), 100 – 6400 s povećanjem u koracima od 1 ISO se može proširiti na H: 12 800 Tijekom snimanja videozapisa: Auto (100 – 6400), 100 – 6400 (povećanje od cijelog koraka)
<b>Zatvarač:</b>	Tip: Elektronički kontrolirani zatvarač u žarišnoj ravnini s elektronički upravljanoj prednjom zavjesom Brzina: 30-1/4000 s (u koracima od 1/2 ili 1/3)
<b>Ekspozicija:</b>	Automatski: U načinu automatskog izoštravanja za jedno okidanje s mjerenjem svjetla prema procjeni ekspozicija se zadržava nakon izoštravanja. Ručno: pomoću tipke za zadržavanje automatske ekspozicije u kreativnom načinu rada.
<b>Tražilo:</b>	Pentazrcalno
<b>Balans bijele:</b>	Automatski balans bijele boje sa slikovnim senzorom
<b>LCD zaslon:</b>	7,5 cm (3 inča) TFT LCD, pribl. 920.000 točaka
<b>Bljeskalica:</b>	Ugrađena bljeskalica GN (ISO 100, metri) 9,2 Način rada: automatsko, ručno uključivanje i isključivanje
<b>Snimanje:</b>	Scene Intelligent Auto (inteligentni automatski način rada prepoznavanja scena), No Flash (bez bljeskalice), Creative Auto (kreativno automatski), Portrait (portret), Landscape (pejzaž), Close-up (snimak izbliza), Sports

	(sport), Food (hrana), Night Portrait (noćni portreti), Movie (film), Program AE (program autoekspozicije), Shutter priority AE (autoekspozicija s prednošću zatvarača), Aperture priority AE (Autoekspozicija s prednošću otvora blende), Manual (ručno)
<b>Tip datoteke:</b>	JPEG: Fine, Normal (sukladno s Exif 2.30) / Design rule za sustav Camera File (2.0), RAW: RAW (14 bitni, izvorno drugo RAW izdanje tvrtke Canon), Digital Print Order Format [DPOF] sukladan s verzijom 1.1
<b>Pohrana:</b>	SD, SDHC ili SDXC kartica
<b>Napajanje:</b>	Baterije: 1 x punjiva litij-ionska baterija LP-E10 Trajanje baterije: Pribl. 500 snimki (pri 23 °C, AE 50 %, FE 50 %), Pribl. 410 snimki (pri 0 °C, automatska ekspozicija 50%, ekspozicija bljeskalice 50%) Kabeli za napajanje i punjači za baterije: Punjač baterije LC-E10E, Kompaktni adapter za napajanje, CA-PS700, DC strujni adapter DR-E10
<b>Težina i dimenzije:</b>	Dimenzije (V x Š x D): 129 x 101,3 x 77,6 mm Masa (samo kućište): Pribl. 475 g (standardna CIPA provjera, s baterijom i memorijskom karticom)



8.3. CANON EOS 2000D

#### **8.2.4. Snimanje**

Snimanje je započeto 15. 3. 2022. Prvo je snimljen dolazak pred poduzeće i vanjski eksterijer. Nakon toga sniman je proces proizvodnje, odnosno faze izrade proizvoda. Prilikom snimanja korišteno je nekoliko kutova. Najviše su snimani blizi i krupni planovi. Kamera je većinu vremena bila postavljena na stativu dok na pojedinim mjestima snimano iz ruke. Drugi dan je sniman proces montaže pumpe. Treći dan je sniman uredski prostor, skladište i proizvodni pogon u kojem se nije odvijala proizvodnja. Nakon pregledanog snimljenog materijala bilo je potrebno dodatno snimiti određene procese proizvodnje.

##### **Snimanje dvorišta poduzeća ( 3., 4. i 5. kadar iz knjige snimanja)**

Sniman je ulaz u dvorište i eksterijer. Prije samog ulaza u dvorište sniman je još znak poduzeća. Snimke su snimane iz ruke. Ambijentalni ton je snimljen no nije se koristio kasnije. Snimanje se odvijalo tijekom dana.

##### **Snimanje procesa proizvodnje (7., 8., 16., 17., 19., 20., 22., 23., 25. i 27. kadar iz knjige snimanja)**

Sniman je rad samih strojeva i rad na strojevima. Za rasvjetu je korišteno dnevno svjetlo. Snimke su snimane upotrebom stativa. Snimljen je ambijentalni ton no nije se koristio kasnije. Snimanje se odvijalo tijekom dana.

##### **Snimanje montaže pumpe ( 10., 11., 13. i 14. kadar iz knjige snimanja)**

Snimana je montaža pumpe. Za rasvjetu je korišteno dnevno svjetlo. Snimke su snimane upotrebom stativa. Snimljen je ambijentalni ton no nije se koristio kasnije. Montaža pumpe je također snimana iz različitih kutova.

##### **Snimanje uredskog prostora, skladišta i praznog proizvodnog pogona ( 6., 9., 12., 15., 18., 21., 24., 26., 28., 29., 30., 31., 32. i 33. kadar iz knjige snimanja)**

Sniman je izgled uredskog prostora, skladišta te kasnije se još snimio i prazan proizvodni pogon. Uz sve to snimljeno je i pakiranje proizvoda. Snimke su snimane iz ruke, tijekom dana, a rasvjeta je bilo dnevno svjetlo. Snimljen je ambijentalni ton no nije se koristio kasnije u montaži.

## **9. Postprodukcija**

Postprodukcija je faza nakon produkcije kada se završava snimanje i počinje montaža vizualnog i audiomaterijala. Postprodukcija se odnosi na sve zadatke vezane uz rezanje sirove snimke, sastavljanje te snimke, dodavanje glazbe, presnimavanje, zvučne efekte i tako dalje. Proces postprodukcije je vrlo timski, kroz nekoliko mjeseci do čak godinu dana, ovisno o veličini i potrebama projekta. Proces postprodukcije uključuje mnoštvo profesionalaca u kojima spadaju urednici, inženjeri zvuka, foley umjetnici, koloristi i ostali. Postoje neke standardne prakse koje su univerzalne na televiziji, značajkama i drugim vizualnim medijima. No, naravno, važno je napomenuti da će se proces postprodukcije razlikovati ovisno o veličini projekta, njegovom proračunu i areni u kojoj se nalazite (televiziji, filmu ili čak video igricama). [8]

U postprodukciji se stvaraju najave, TV spotovi i reklamni materijali koji se zatim koriste u fazi marketinga. Za promociju je najbolje unajmiti marketinški tim koji će pomoći u distribuciji.

### **9.1. Montaža**

Montaža je proces spajanja kadrova kako bi se ispričala neka priča. Kod montaže je bitno da sve uskladi (zvuk, slika, pokreti) jer to pridodaje određenom ugođaju. Montaža se dijeli na kontinuiranu, diskontinuiranu, asocijativnu, paralelnu i narativnu. Zadatak kontinuirane ili konstruktivne montaže je izgradnja predodžbe o kontinuitetu toka i najčešća je vrsta montaže, dok je zadatak diskontinuirane montaže izgradnja predodžbe o različitosti i tipu odvojenosti između dva kadra, koristi se najčešće u poetskim filmovima. Paralelna montaža je dio filma u kojem se naizmjenice prate dva istodobna zbivanja koja mogu biti uzročno ili ciljno povezana. Narativna montaža se nalazi u narativnim filmovima gdje će prevladavati naizmjenične sintagme i sekvencijalni prijelazi, rijetko će se javljati deskriptivne i asocijativne sintagme. Kod asocijativne montaže prevladavaju upravo asocijativne i deskriptivne sintagme. Želi se navesti gledatelja da razmisli o sadržaju kadara. Poredak kadrova u ovoj montaži je najčešće serijalan [24].

### **9.2. Postprodukcija videoprezentacije za tvrtku VIN-PROM d.o.o.**

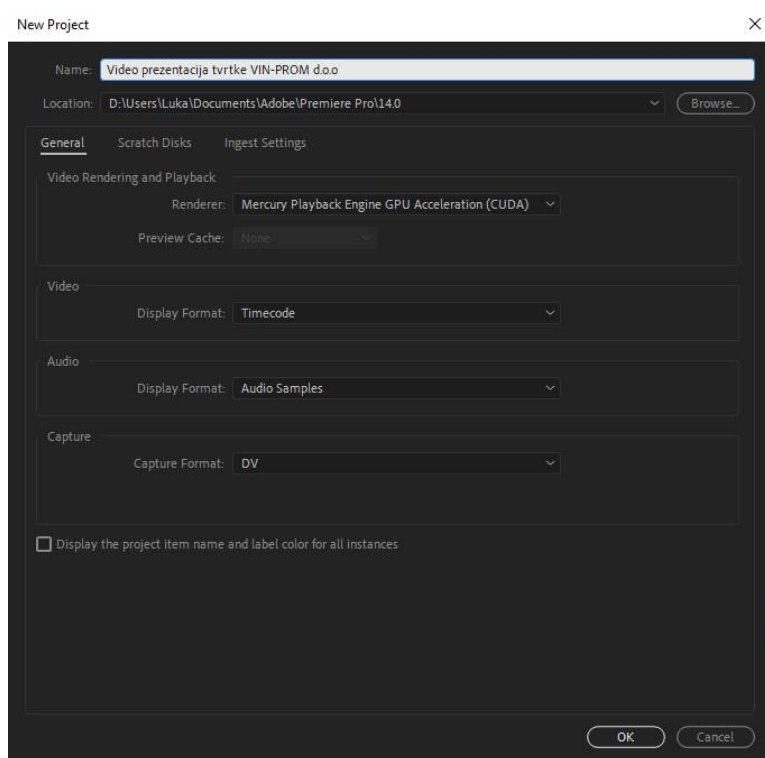
Postprodukcija je krenula prebacivanjem svih snimljenih kadrova na računalo. Kadrovi su svi ponovno pregledani i tijekom montaže su odabrani oni koji će se koristiti u videoprezentaciji. Kada je napravljen cijeli video tada je odabrana i glazba. Glazba je napravljena u programu Pinnacle Studio i uređena je da traje točno onoliko koliko traje video. Svi efekti koji su se koristili za videoprezentaciju nalaze se u programu Adobe Premiere Pro.

## 9.2.1. Adobe Premiere Pro

Adobe Premiere Pro je program za uređivanje videa tvrtke Adobe Systems. Započeo je kao jednostavno Premiere, a predstavljen je 1991. godine za Mac operativni sustav. Bio je dan od prvih nelinearnih sustava za uređivanje. 2003. godine je predstavljen naziv Premiere Pro i korišten je za sve sljedeće verzije. Premiere Pro se koristi za uređivanje raznih videomaterijala. Od videa, reklama pa do filmskih videa. Uključuje također funkciju za uređivanje zvuka. Premiere Pro se često koristi u kombinaciji s After Effectsom i Photoshopom na kreativnim projektima. Dostupan je na MAC OS ili Windows računalima. Koriste ga razne dizajnerske tvrtke, tvrtke za videoprodukciju, novinske postaje itd. Osim raznih tvrtki koriste ga također pojedinci koji rade u ulogama kao što su videourednici, marketing menadžeri, voditelji produkcije i drugi [25].

## 9.2.2. Montaža videoprezentacije tvrtke VIN-PROM d.o.o.

Montaža videoprezentacije započinje otvaranjem novog projekta, odnosno kreiranjem novog projekta. Projekt se imenovao u „Video prezentacija tvrtke VIN-PROM d.o.o.“, odredila se lokacija spremanja videoprezentacije, Video Display format je na Timecode-u, Audio display format je na Audio Samples-u te je Capture format na DV-u.



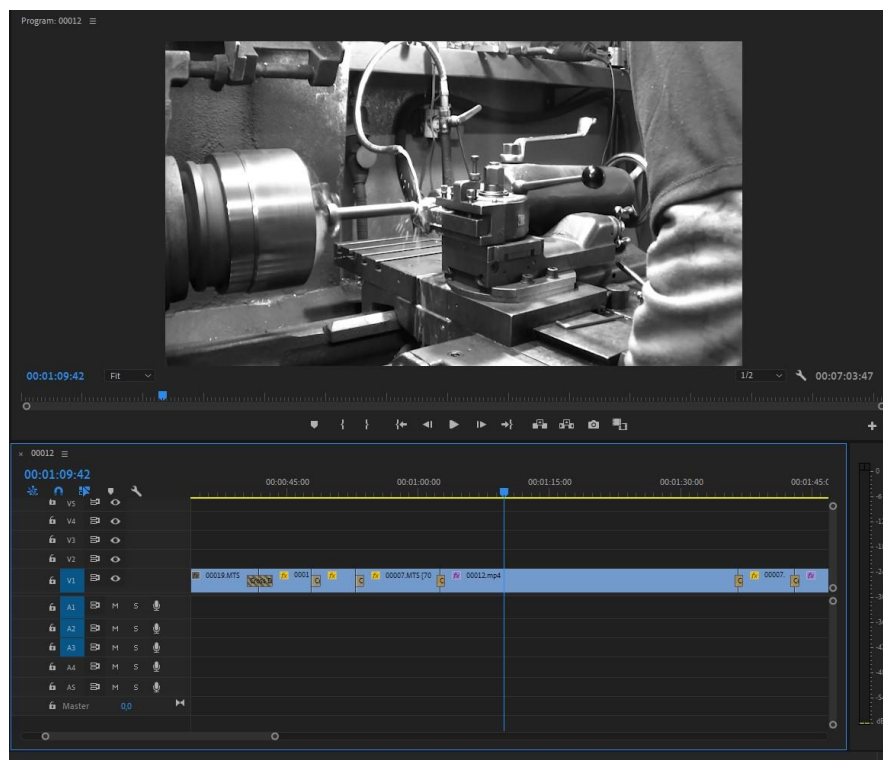
9.1. Kreiranje novog projekta

Sljedeći korak je bio uvoz snimljenih videomaterijala u projekt, točnije na vremensku crtu gdje se započelo sa slaganjem i izrezivanjem tih kadrova. Prvi kadrovi koji su stavljeni na vremensku crtu su bili kadrovi dvorišta tvrtke te snimljeni znak tvrtke. Nakon toga stavljeni su kadrovi proizvodnog pogona, rad strojeva te montaža pumpe. Stavljeni su još kadrovi snimljenog praznog proizvodnog pogona. Na kraju kao zadnji kadrovi stavljeni su kadrovi uredskog prostora, skladišta te pakiranje proizvoda. Kadrovi koji su se uvezli su se slagali i rezali. Slagali su se na način tako da su prvo stavljeni kadrovi dvorišta odnosno eksterijera tvrtke. Nakon tih kadrova stavljen je kadar praznog proizvodnog pogona i kako se kamera kretala kroz pogon i prikazivala određene strojeve tako su se ubacivali kadrovi rada strojeva, rad na strojevima i montaže pumpe. Kad se sve to posložilo stavljeni su zadnji kadrovi koji prikazuju uredski prostor, skladište te samo pakiranje proizvodnja. Većina kadrova kao što su rad strojeva su se rezala odnosno skraćivala jer su predugo trajala.



## 9.2. Uvoz snimljenih videomaterijala

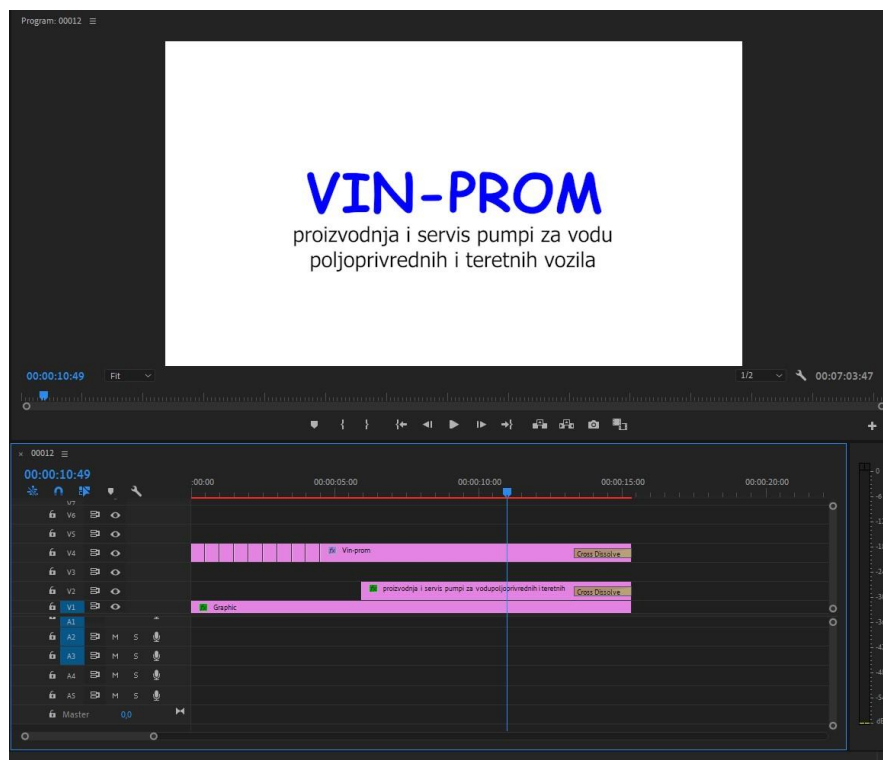
Između kadrova dodan je efekt *Cross Dissolve*. Te je na kadrovima gdje prikazan rad na stroju ili rad samog stroja stavljen *Black & White* efekt.



### 9.3. Prikaz izgleda jednog kadra

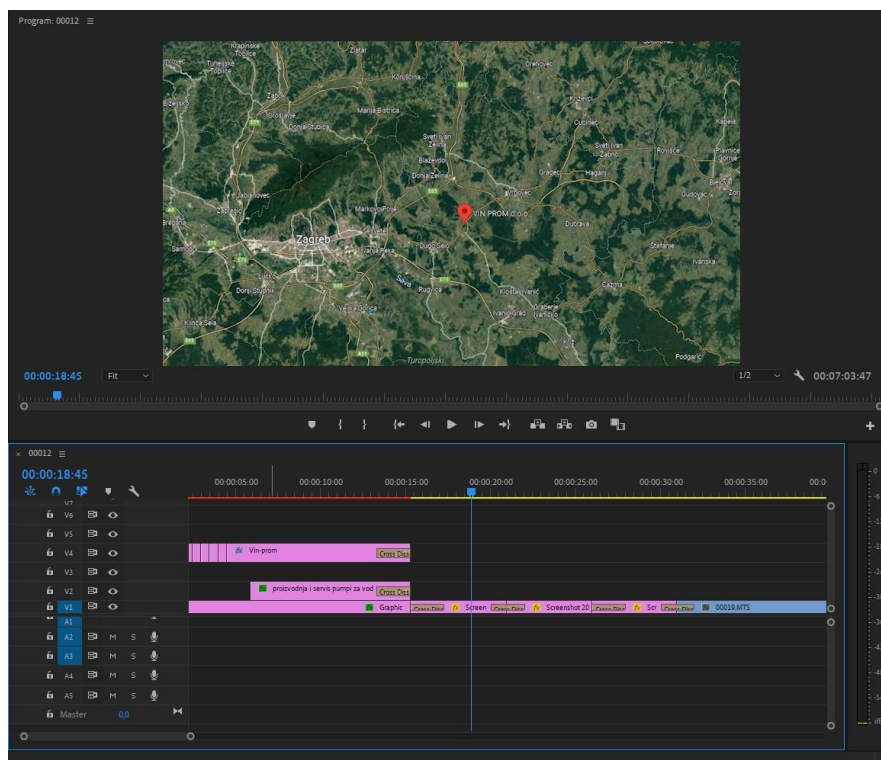
Nakon slaganja i rezanja kadrova te dodavanja efekata (Cross Dissolve, Black & White) i ponovnog pregleda tih složenih kadrova krenulo se na izradu teksta naslova. Tekst naslova se složio tako da se napravilo da se svako slovo postepeno pojavljuje, a opis ispod glavnog naslova se pojavljuje odozdo prema gore. Sav taj tekst je stavljen na bijelu podlogu.





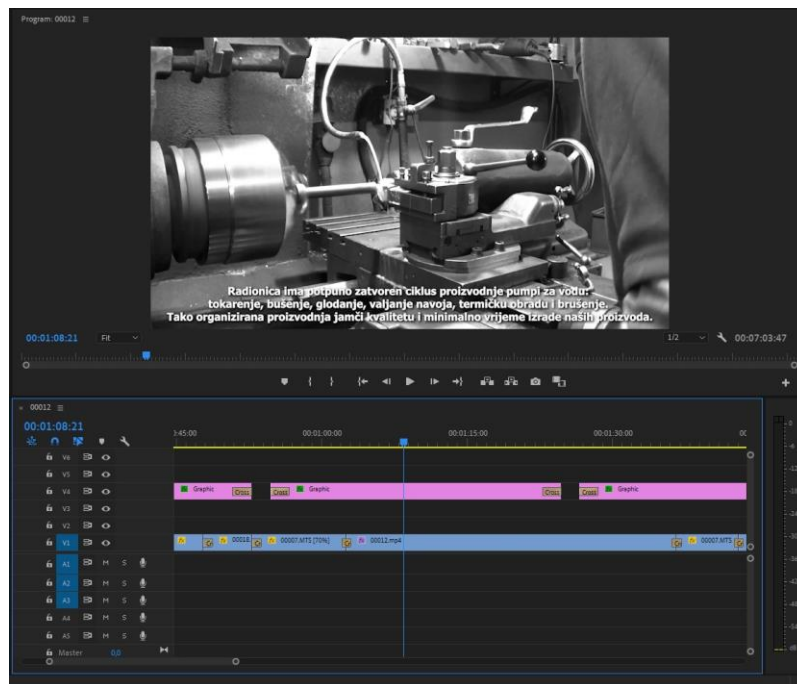
#### 9.4. Prikaz izgleda naslova

Nakon izrade naslova ubačene su tri fotografije lokacije tvrtke na krati. Svaka fotografija traje po 5 sekundi. Prva fotografija prikazuje odzimirani prikaz lokacije tvrtke na krati, druga bliži a treća još bliži. Na fotografijama je napravljen efekt zumiranja. Kako video ide tako se fotografije zumiraju pa sve do kadra znaka tvrtke. Htio se dobiti efekt približavanja u videu. Također je stavljen efekt *Cross Dissolve* između fotografija.



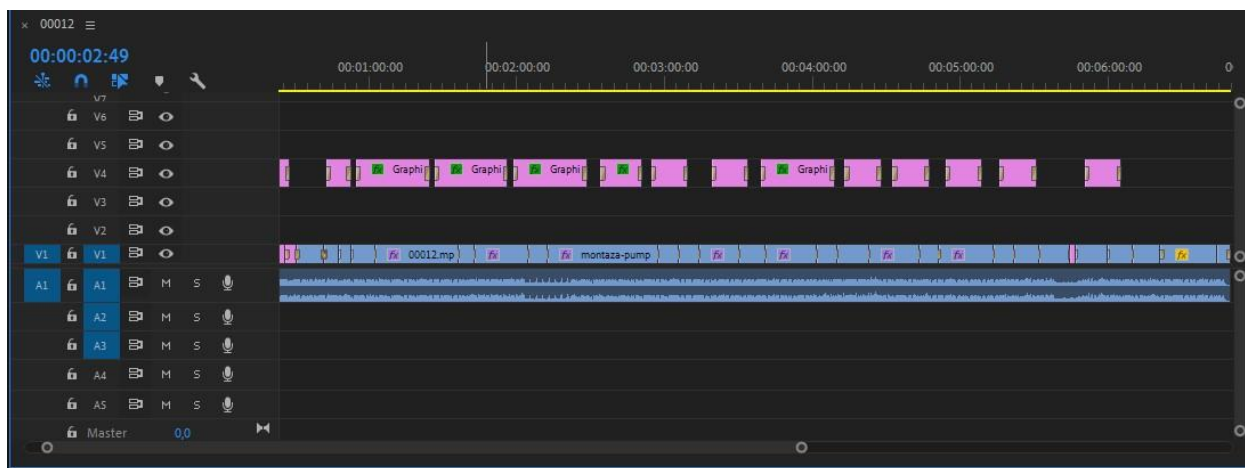
### 9.5 Prikaz fotografije karte

Dodan je tekst na pojedinim kadrovima u videu koji će se kasnije čitati. Tekst se počinje pojavljivati nakon izmjene kadrova. To je napravljeno iz razloga da se ne bi dogodilo istovremeni prijelaz teksta i videa. Vremensko trajanje teksta određeno je vremenom koliko je potrebno da se taj tekst pročita. Vrijeme trajanje teksta u prosjeku je 20 sekundi. Tekst je postavljen u donjem djelu videa. Na svakom početku i kraju teksta dodavan je efekt *Cross Dissolve*.



9.6. Prikaz dodavanja teksta na kadar

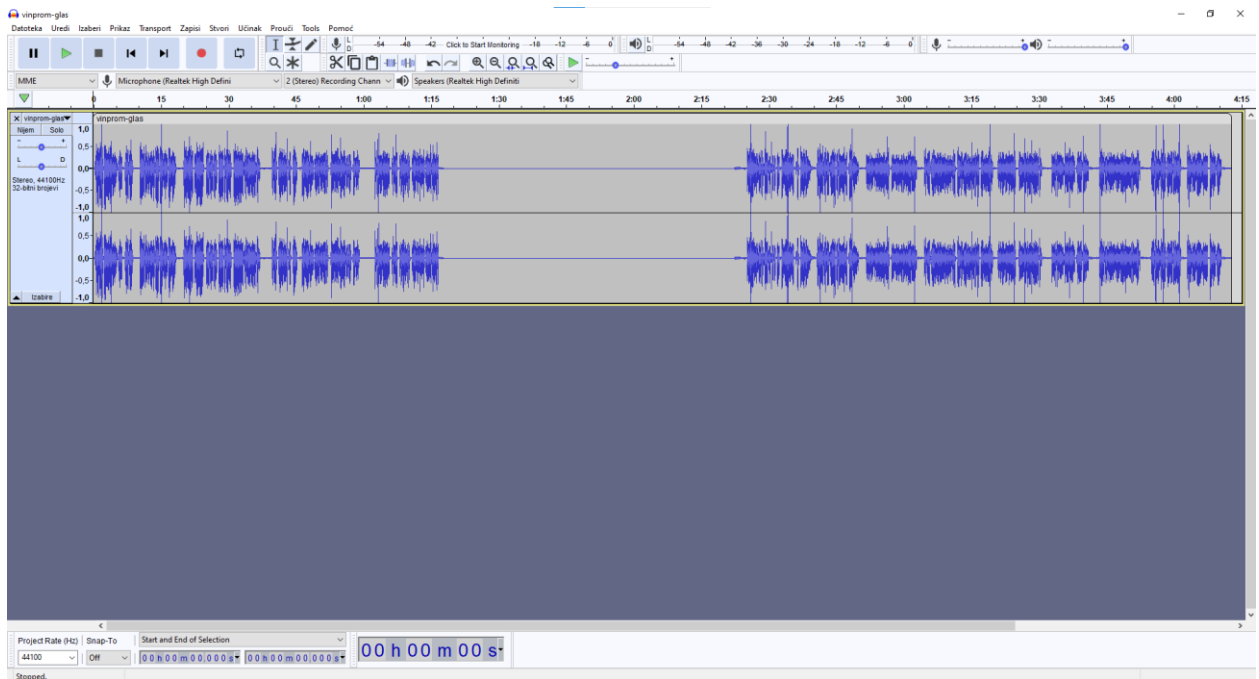
Kad je sve to napravljeno dodana je glazba koja izrađena u programu Pinnacle Studio. Traje točno onoliko koliko traje video (7:03:14). Glazba ne podliježe autorskim pravima jer je kreirana softverski jer program sam kreira glazbenu podlogu, potrebno je samo odrediti dužinu trajanja pjesme.



9.7. Prikaz ubacivanja glazbe

Nakon što je stavljena glazba, stavljen je snimljeni glas komentatora koji čita tekst. Komentator je bio moj otac kojeg sam zamolio da pročita tekst. Mikrofon korišten za snimanje je dinamički mikorfon Konig KN-MIC50 koji je bio spojen na audio interface YAMAHA audiogram3. Zvuk je sniman u programu Audacity. Nakon snimanja glasa ukinuti su vanjski

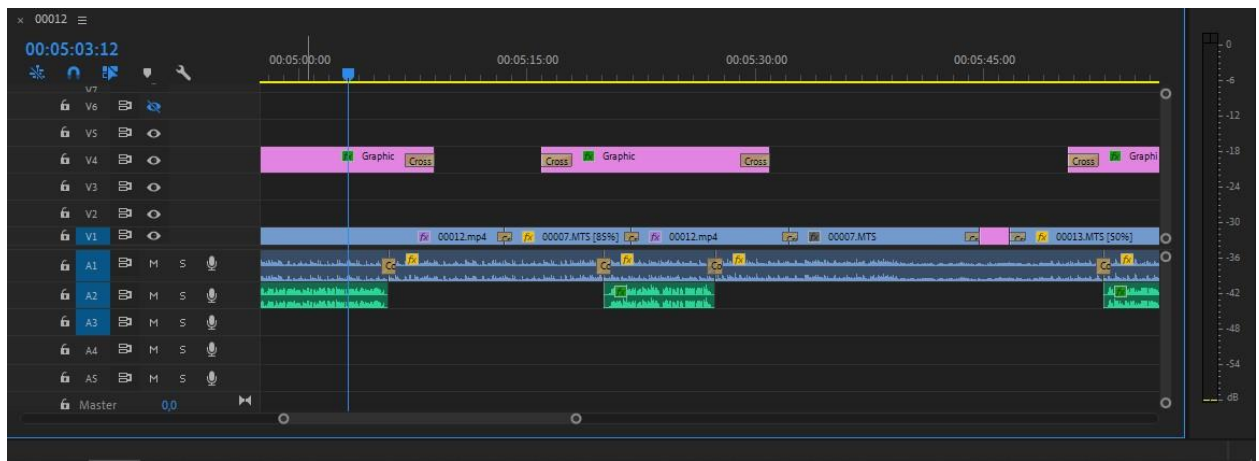
zvukovi te je fokus bio samo na glasu. Snimljeni zvuk odnosno glas stavljen je na mjestima gdje je prikazan tekst. U dijelovima gdje se čita tekst glazba je smanjena te je pojačana glasnoća komentatora i dodan efekt vocal enhancer kako bi se poboljšao sam glas komentatora.



9.8 Prikaz programa Audacity gdje je snimljen glas komentatora

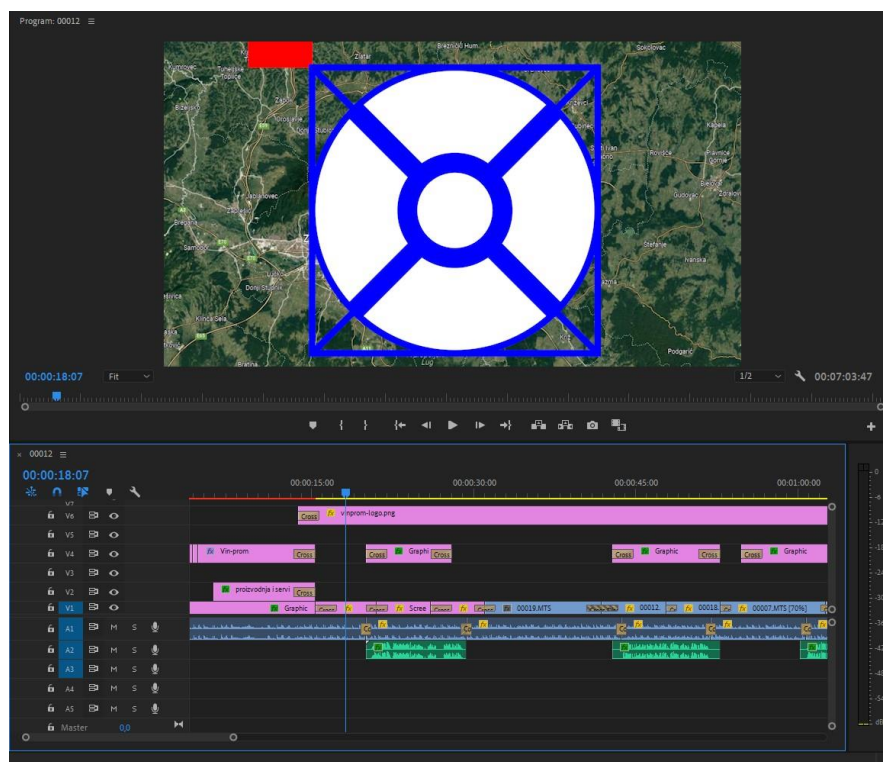


9.9 Snimka glasa

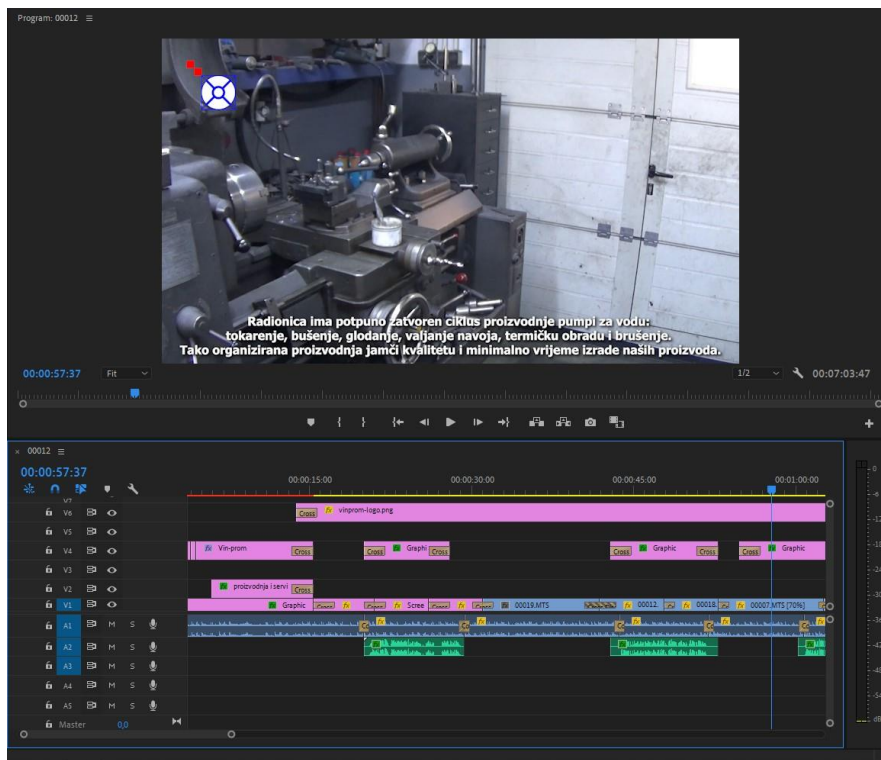


9.10. Prikaz umetanja govora ispod glazbe

Stavljen je logo tvrtke nakon naslova i traje onoliko koliko traje i video (7:03:14). Na početku je s logom napravljen efekt pomoću zumiranja i odzumiranja te pomicanja. Logo je uvećan na veličinu 644,0 tako da pokriva cijeli video. Kako video ide tako se logo smanjuje odnosno smanjuje mu se veličina sa 644,0 na 10. Smanjuje se po sredini. Kada se smanji na zadanu veličinu pomiče se onda lijevo u gornji kut, a tijekom njegovog pomicanja dodatno mu se smanjuje veličina (sa 10 na 7) da ne bi izgledao previše veliko na video.

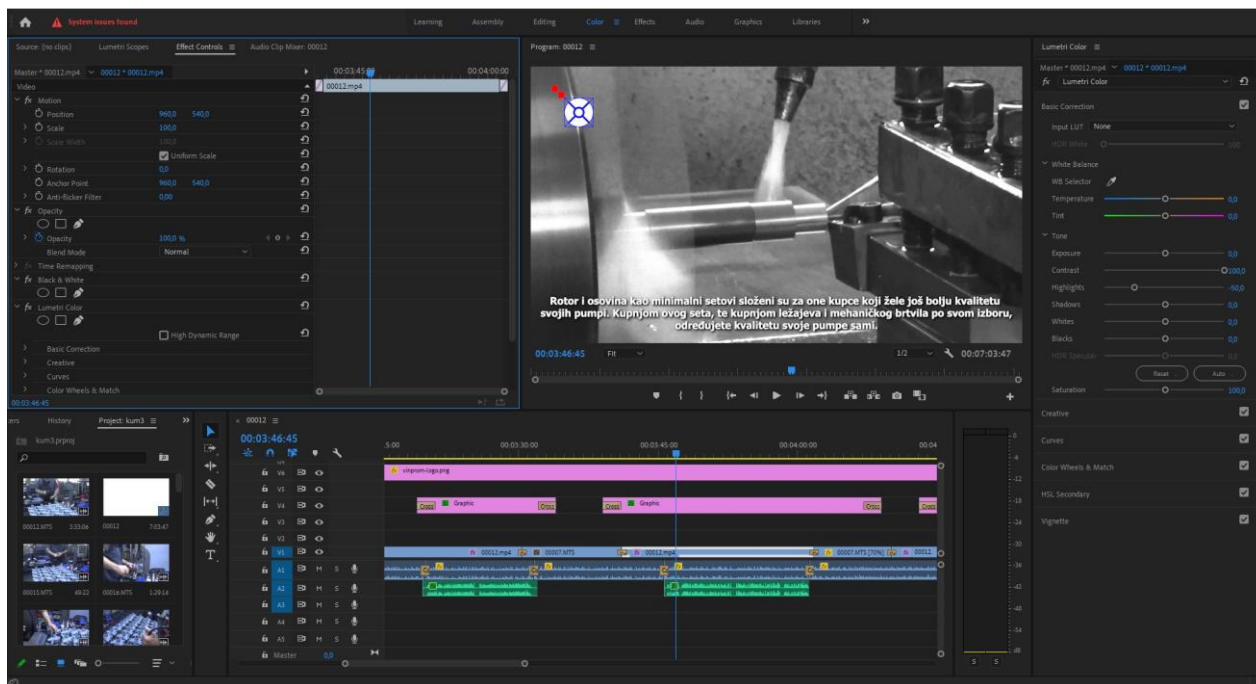


9.11. Prikaz izrade loga



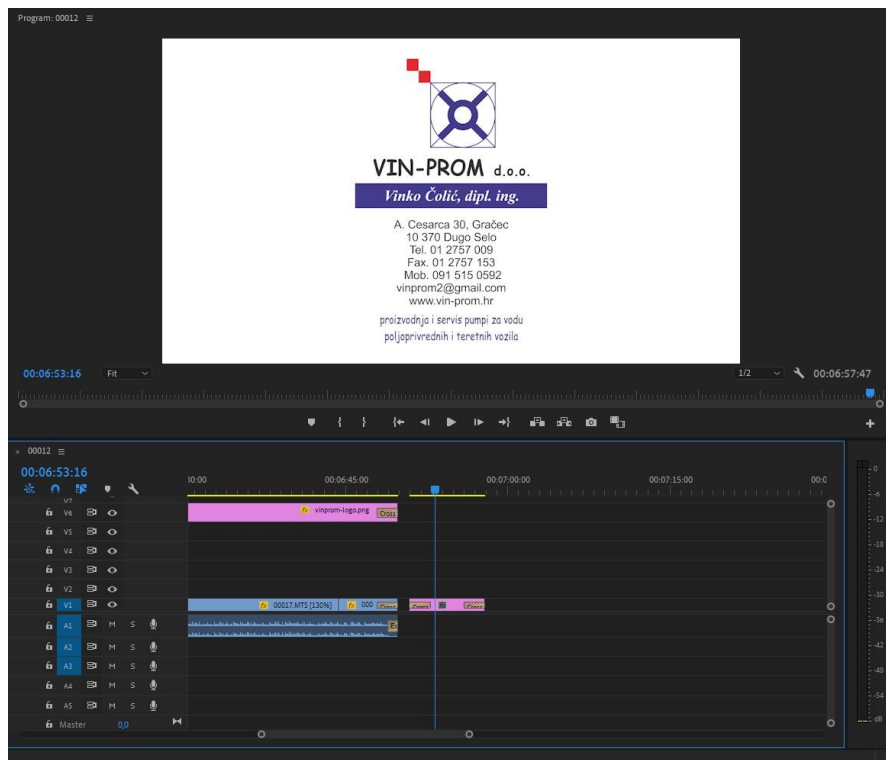
9.12. Prikaz izgleda loga u videu

Također se na kadrovima koji su crno-bijeli promijenio *Contrast* i *Highlights* kako bi kadrovi izgledali što svjetliji te oštrij.



9.13. Prikaz promjene boje u kadru

Na kraju videa je stavljena fotografija vizitke tvrtke.



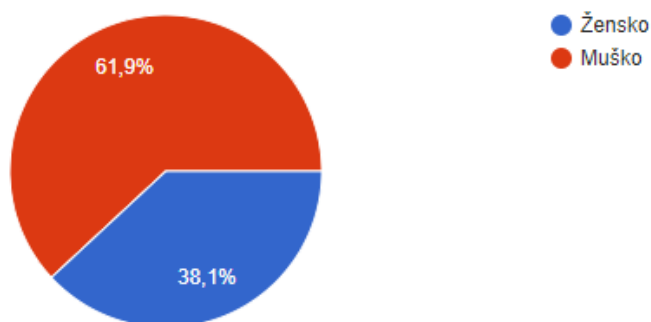
#### 9.14. Prikaz vizitke

## 10. Analiza rezultata

Kako bi se utvrdila uspješnost videoprezentacije i je li promoviranje na ovakav način uspjelo, provedena je anketa koja je napravljena putem Google obrasca. Anketa se sastojala od 9 pitanja koja su koncipirana na način da su ispitanici mogli odgovoriti s „da“, „ne“ i „možda“, te „niti da“ i „niti ne“ odgovorima. Mogli su odgovoriti i s „Uopće mi se ne sviđa“, „Ne sviđa mi se“, „Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa“, „Sviđa mi se“, „Jako mi se sviđa“. Bilo je i jedno pitanje gdje su mogli odgovoriti odgovorima od 1 do 5. U anketi su prvo ispitani demografski podaci, tj. dob i spol ispitanika. Anketu je riješilo 21 ispitanik. Utvrđeno je da anketu riješilo 61,9% muške populacije i 38,1% ženske populacije. Anketu je najviše riješilo ljudi u dobnoj granici od 18 – 25 (72,6%). Bilo je tu i ispitanika u dobnoj granici od 26 – 28 (9,5%), zatim 46 – 55 (9,5%) te u dobnoj granici od 56 i više (4,8%).

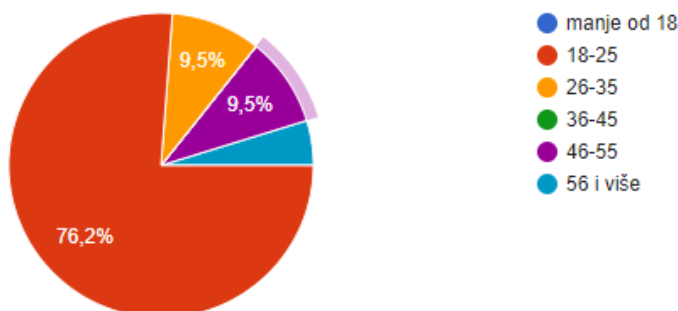
### Spol

21 odgovor



### Dob

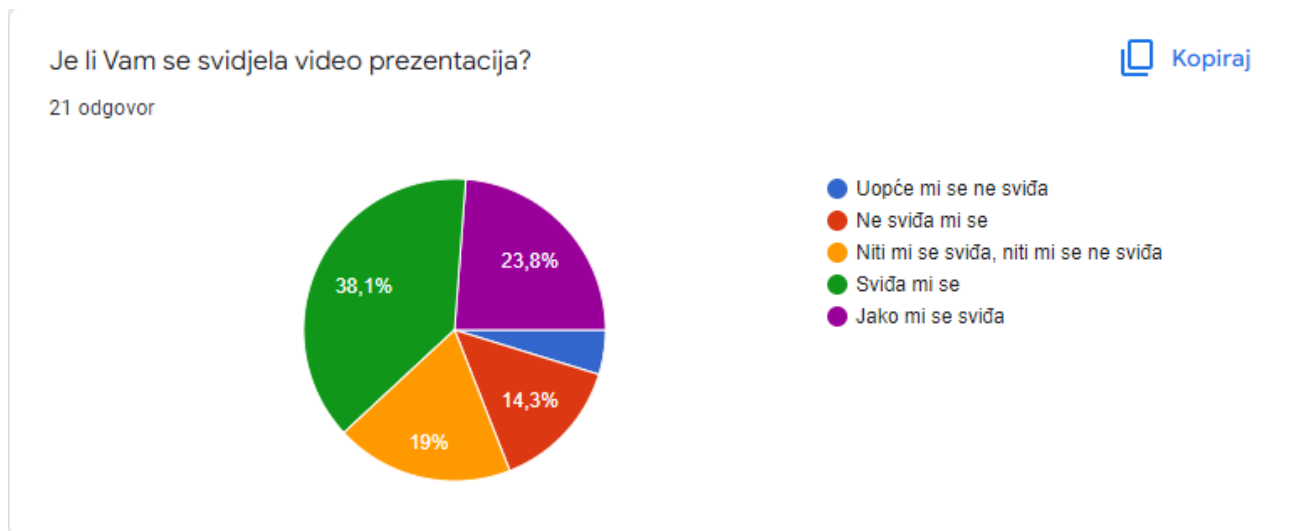
21 odgovor



### 10.1 Prikaz demografskih podataka



Nakon demografskih pitanja, sljedeća pitanja su se odnosila na videoprezentaciju te kako su ispitanici doživjeli videoprezentaciju, a zatim se ispitalo osobno mišljenje ispitanika. Prvo pitanje koje se postavilo ispitanicima je bilo „Je li Vam se svidjela video prezentacija?“ gdje je najviše ispitanika odgovorilo sa sviđa mi se (38,1%), zatim jako mi se sviđa (23,8%), dok je 19% odgovorilo niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa, a 14,3% sa ne sviđa mi se te vrlo mali broj ispitanika je odgovorilo sa uopće mi se ne sviđa. Može se zaključiti da se većini ispitanika svidjela videoprezentacija.

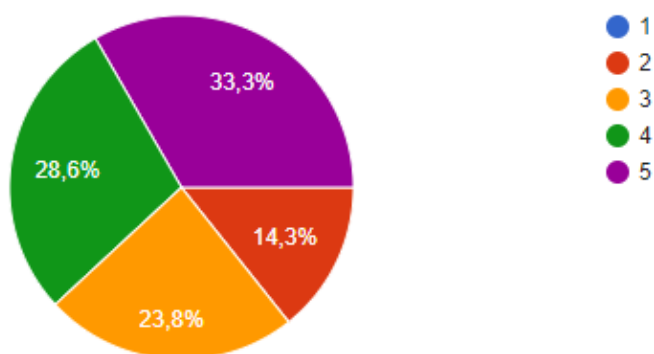


### 10.2 Prikaz podataka sviđanja videoprezentacije

Sljedeće pitanje je bilo „Od 1 do 5 koju biste ocjenu dali videoprezentaciji?“ gdje je najviše ispitanika odgovorilo ocjenom 5 (33,3%), a najmanji broj ispitanika je odgovorilo s ocjenom 2 (14,3%). S ocjenom 3 odgovorilo je 23,8% ispitanika, a sa ocjenom 2 14,3%. Odgovora s ocjenom 1 nije bilo.

Od 1 do 5 koju biste ocjenu dali video prezentaciji?

21 odgovor




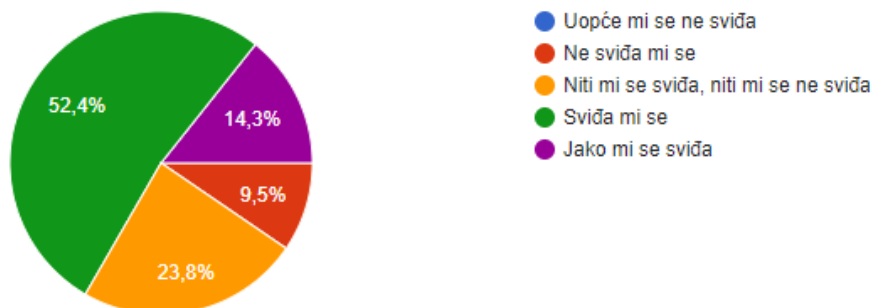
### 10.3 Prikaz podataka ocjena videoprezentacije

Sljedeće pitanje se odnosilo na odabir glazbe, gdje se ispitanike pitalo koliko im se sviđa odabir glazbe u videu. Najviše ispitanika je odgovorilo sa sviđa mi se (52,4%), a najmanji broj ne sviđa mi se (9,5%). Dok je 23,8% ispitanika odgovorilo sa niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa i 14,3% ispitanika je odgovorilo sa jako mi se sviđa. Odgovora na uopće mi se ne sviđa nije bilo.

Sviđa li Vam se odabir glazbe?

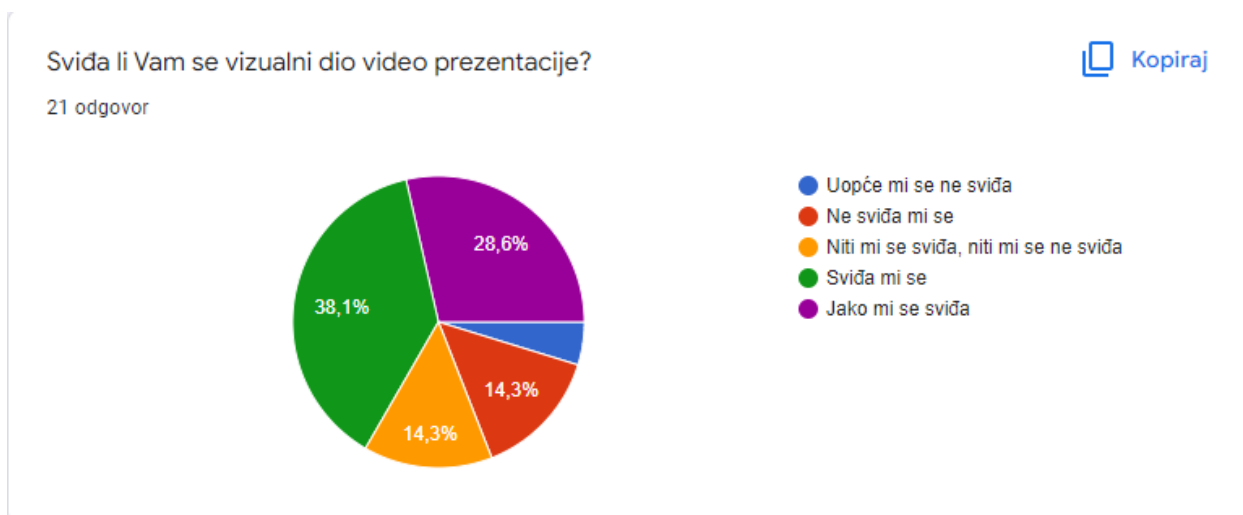
21 odgovor

 Kopiraj



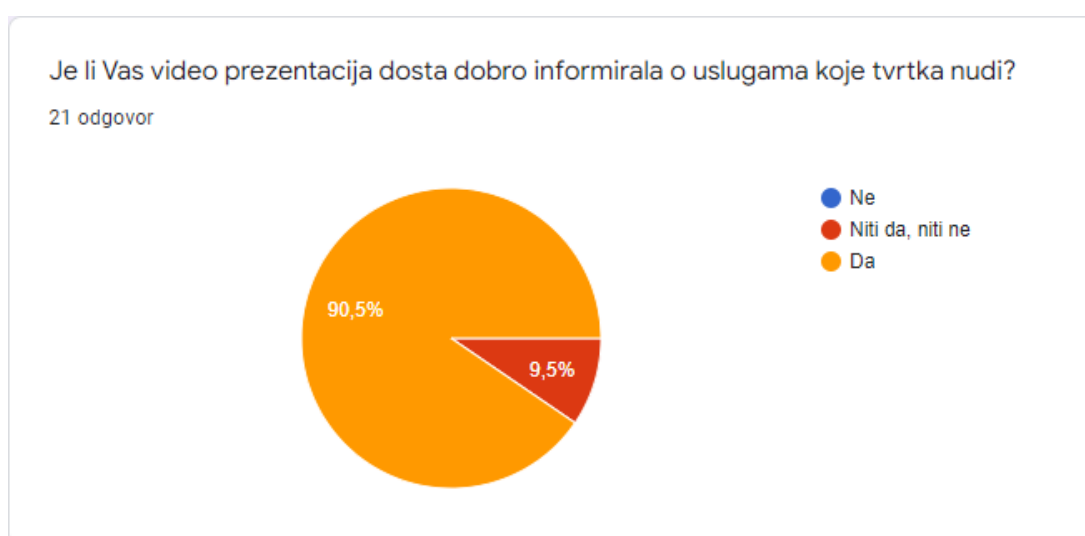
### 10.4 Prikaz podataka sviđanja glazbe u videoprezentaciji

Nakon pitanja u vezi glazbe, pitalo se ispitanike da li im se svidio vizualni dio prezentacije. 38,1% ispitanika odgovorilo je sa sviđa mi se, 28,6% sa jako mi se sviđa, 14,3% ispitanika je odgovorilo sa niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa, a isto toliko ispitanika je odgovorilo sa ne sviđa mi se. Odgovora sa uopće mi se ne sviđa nije bilo.



### 10.5 Prikaz podataka sviđanja vizualnog djela videoprezentacije

Sljedeće pitanje je bilo u vezi usluga, odnosno da li ih je videoprezentacija dobro informirala o uslugama koje tvrtka nudi. 90,5% je dogovorilo sa da i 9,5% sa niti da, niti ne. Odgovora sa ne nije bilo.

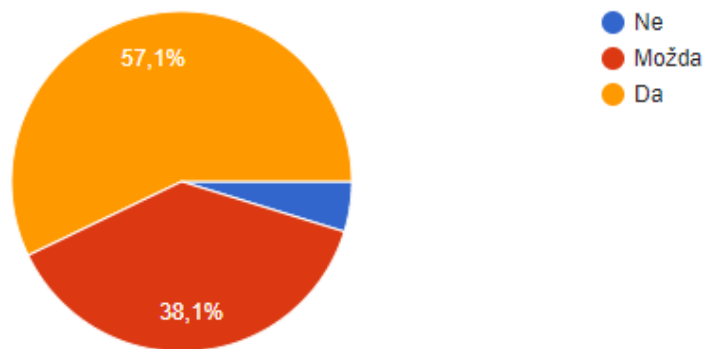


### 10.6 Prikaz podataka o informiranju uslugama tvrtke

Predzadnje pitanje je bilo „Bi li posjetili tvrtku ako bi Vam usluge koja ona nudi bile potrebne?“. 57,1 % ispitanika je odgovorilo sa da, 38,1% sa možda i odgovora na ne nije bilo.

Bi li posjetili tvrtku ako bi Vam usluge koja ona nudi bile potrebne?

21 odgovor

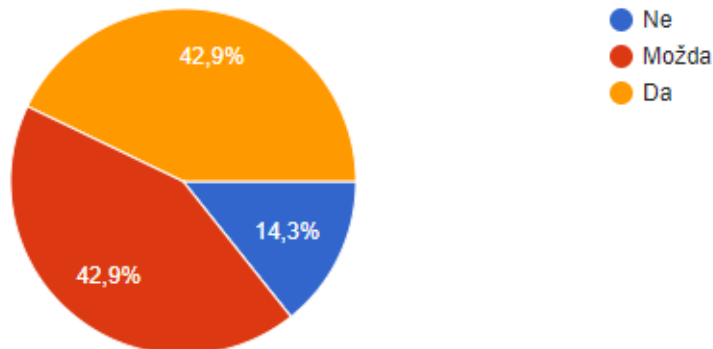


#### 10.7 Prikaz podataka o posjetu tvrtke

Zadnje pitanje je bilo „Biste li preporučili usluge tvrtke drugima ako bi im bile potrebne?“ Većina ispitanika je odgovorila sa da i možda (42,9%), a vrlo manji broj ispitanika je odgovorilo sa ne (14,3%).

Biste li preporučili usluge tvrtke drugima ako bi im bile potrebne?

21 odgovor



#### 10.8 Prikaz podataka za preporučivanje usluga tvrtke

Anketu je riješilo 21 ispitanik muške i ženske populacije. Najviše ju je riješila muška populacija. Dobna granica je bila mješovita, najviše je bilo ispitanika u dobnoj granici od 18 do 25 godina. Rezultati ankete su bili različiti. Ispitanicima su se svidjeli vizualni i glazbeni elementi video prezentacije. Ima negativnih odgovora, no većinom su odgovori na svako pitanje pozitivni te se iz toga može izvući da je napravljena video prezentacija dobro urađena pa je samim time

dobro informirala gledatelja, te je i potaknula interes za tvrtku. Prema rezultatima može se zaključiti da bi prema potrebi tvrtku preporučili drugima i samu je posjetili te su sami rezultati ankete zadovoljavajući. Video prezentacija je nakon ankete postavljena na YouTube kako bi poslužila za promoviranje same tvrtke.

## 11. Zaključak

Cilj ove videoprezentacije je bilo predstaviti tvrtku Vin-Prom d.o.o, pokazati čime se on bavi i što nudi, a ujedno je služila i za samu promociju tvrtke.

Sam proces izrade videoprezentacije, od snimanja pa do završne obrade trajao je otprilike dva mjeseca. Videoprezentacija je rađena u 3 faze, odnosno kroz tri koraka; predprodukciju, produkciju i postprodukciju. Predprodukcija je započela zahtjevima klijenta, odnosno vlasnika tvrtke s kojim se dogovorilo što će se snimati i kako će se snimati te na koji način najbolje predstaviti tvrtku. Nakon razgovora napravljena je knjiga snimanja prema kojoj se dalje snimalo.

Snimanje videoprezentacije se odvijalo kroz nekoliko dana. Prvi dan je sniman eksterijer i proizvodni proces proizvoda pumpe. Snimani su strojevi i rad na strojevima. Svi kadrovi su snimani kamerom Sony HDR-CX240E. Kadrovi eksterijera su snimani iz ruke, dok su kadrovi proizvodnog procesa pumpe snimani uz pomoć stativa HAMA STAR 61. Nakon snimanja proizvodnog procesa pumpe, prešlo se na snimanje pumpe gdje su se kadrovi isto snimali pomoću stativa. Osim kamere i stativa koristio se fotoaparat CANON EOS 2000D pomoću kojeg su dobivene fotografije gotovih pumpi, te samog proizvodnog procesa pumpe. Slike su stavljene na web stranicu tvrtke. Zadnji dan je sniman uredski prostor, skladište te prazan proizvodni pogon. Nije bio previše problema tijekom samog snimanja. Par kadrova je snimljeno više puta i iz različitih kutova. Osvjetljenje je bilo uglavnom dnevno svjetlo koje je dobro osvjetljavao sam proizvodni pogon.

Nakon snimanja željenih kadrova prešlo se na montažu videa. Kadrovi su pregledani te su se uvezli u program Adobe Premiere Pro na daljnju obradu. U videoprezentaciju je dodana pozadinska glazba, napravljen je naslov, dodan je tekst, snimljen je komentator koji čita tekst, dodani su razni efekti, prijelazi, napravljena je kolor korekcija za par kadrova. Pozadinska glazba je napravljena u drugom programu tako da se ne mora brinuti za autorska prava. Nakon montiranja, videoprezentacija je renderirana i traje 7 minuta (7:03:14). Za kraj je provedena anketa kako bi se ispitala uspješnost napravljene videoprezentacije. Dobiveni rezultati, putem ankete, su zadovoljavajući te je ustanovljeno da je videoprezentacija dobro prihvaćena. Ona je također postavljena na YouTubeu.

U Varaždinu, datum

---

Potpis

## Sveučilište Sjever



### IZJAVA O AUTORSTVU I SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, LUKA KATIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom IZJAVA VIDEOPREZENTACIJE ZA TVRTKU "VIN-PROFIT" (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Luka Katić

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, LUKA KATIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom IZJAVA VIDEOPREZENTACIJE ZA TVRTKU "VIN-PROFIT" (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Luka Katić

(vlastoručni potpis)

## 12. Literatura

- [1] <https://saluto-team.hr/snimanje-video-reklama-reklamni-spotovi/> (8.6.2022.)
- [2] <https://boards.com/blog/pre-production-guide> (8.6.2022.)
- [3] <https://loomen.carnet.hr/mod/page/view.php?id=43394&lang=es> (8.6. 2022.)
- [4] <https://www.medijskapismenost.hr/nastaje-scenarij-film> (8.6. 2022.)
- [5] <https://www.wikihow.com/Write-Movie-Scripts> (8.6.2022.)
- [6] <https://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=823> (25.6.2022.)
- [7] <https://indiefilmhustle.com/5-stages-indie-film-production/> (8.6. 2022.)
- [8] <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-post-production/> (8.6.2022.)
- [9] <https://loomen.carnet.hr/mod/book/view.php?id=89443&chapterid=20285&lang=en>  
(9.6.2022.)
- [10] <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?id=2553> (9.6.2022.)
- [11] [http://www.hfs.hr/hfs/zapis\\_clanak\\_detail.asp?sif=560](http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=560) (9.6.2022.)
- [12] <https://www.medijskapismenost.hr/nije-svejedno-gdje-je-kamera-kutovi-snimanja-i-njihova-znacjenja/> (9.6.2022.)
- [13] <https://www.medijskapismenost.hr/sto-je-plan-snimanja-koji-planovi-postoje-i-kada-se-koriste/> (9.6.2022.)
- [14] <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=4090> (9.6.2022.)
- [15] [http://www.hfs.hr/hfs/zapis\\_clanak\\_detail.asp?sif=32465](http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=32465) (9.6.2022.)
- [16] T. Luić: IZRADA PROMOTIVNOG VIDEO SPOTA ZA NAILS BY ANĐELA, Završni rad, Sveučilište Sjever, Varaždin, 2021.
- [17] <http://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2109> (9.6.2022.)
- [18] <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=2577> (9.6.2022.)
- [19] <http://www.moj-film.hr/novosti/pregled/filmovi-i-glumci/za-pocetnike-i-publiku-tko-je-tko-na-filmskom-setu/> (9.6.2022.)
- [20] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=57176> (10.6.2022.)
- [21] <https://www.lifewire.com/what-are-sony-cameras-493492> (10.6.2022.)
- [22] <https://www.hama.com/> (10.6.2022.)
- [23] <https://www.canon.hr/> (10.6.2022.)
- [24] <https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=3561> (12.6.2022.)
- [25] <https://agittraining.com/adobe/premiere-pro/classes/what-is-premiere-pro> (12.6.2022.)
- [26] <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=64514> (25.6.2022.)
- [27] <https://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1695> (25.6.2022.)
- [28] <https://film.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1642> (25.6.2022.)



## 13. Popis slika

6.1. Prikaz kuteva snimanja.....	7
6.2. Prikaz filmskih planova .....	8
7.1. Primjer sinopsisa.....	9
7.2. Primjer scenarija .....	10
7.3 Primjer knjige snimanja.....	11
8.1. Sony HDR-CX240E .....	23
8.2. Hama star 61 .....	24
8.3. CANON EOS 2000D.....	26
9.1. Kreiranje novog projekta .....	29
9.2.Uvoz snimljenih videomaterijala.....	30
9.3. Prikaz izgleda jednog kadra.....	31
9.4. Prikaz izgleda naslova .....	32
9.5 Prikaz fotografije karte .....	33
9.6. Prikaz dodavanja teksta na kadar.....	34
9.7. Prikaz ubacivanja glazbe .....	34
9.8 Prikaz programa Audacity gdje je snimljen glas komentatora .....	35
9.9 Snimka glasa.....	35
9.10. Prikaz umetanja govora ispod glazbe .....	36
9.11. Prikaz izrade loga .....	36
9.12. Prikaz izgleda loga u videu.....	37
9.13. Prikaz promjene boje u kadru .....	37
9.14. Prikaz vizitke .....	38
10.1 Prikaz demografskih podataka.....	39
10.2 Prikaz podataka sviđanja videoprezentacije .....	40
10.3 Prikaz podataka ocjena videoprezentacije .....	41
10.4 Prikaz podataka sviđanja glazbe u videoprezentaciji .....	41
10.5 Prikaz podataka sviđanja vizualnog djela videoprezentacije.....	42
10.6 Prikaz podataka o informiranju uslugama tvrtke.....	42
10.7 Prikaz podataka o posjetu tvrtke.....	43
10.8 Prikaz podataka za preporučivanje usluga tvrtke .....	43

## **Prilozi**

DVD – videoprezentacija za tvrtku Vin-prom

Tekst završnog rada

Izjava o autorstvu